PROFIL

nr 11 (102) listopad 2001
ISSN 1427-8995

Zostańmy razem

Poszukiwania w Internecie

Nowoczesne parki **rozrywki**





Ciągle nowe pomysły

Otwórz



dla siebie

źródło dodatkowych korzyści

- 1 punkt Profit za każdą złotówkę wydaną na korzystanie z telefonu.
- Możliwość wymiany punktów na:
  dodatkowe minuty połączeń,
  doładowania konta POP,
  markowe telefony komórkowe,
  złote numery w sieci Idea,
  dowolne produkty z katalogu produktów „Błękitni",
  produkty oferowane w promocjach programu.
- Rabaty na towary i usługi oferowane przez Partnerów programu.
- Dodatkowe punkty za użytkowanie karty **BZ WBK IDEA Profit**.
- Liczne promocje, niespodzianki i prezenty.

Aż tyle otrzymujesz, korzystając z telefonu, jako **Uczestnik programu Idea Profit**! Tego nie da Ci żaden inny program.



dajemy Ci więcej

Telefony Programu: *300 (połączenie z tel. sieci Idea) lub +48 501 400 300, www.idea.pl

IDEA
ciągle nowe pomysły

Szanowni Państwo,

W listopadowym numerze „Profil-u", znajdą Państwo kilka słów na temat ofert skierowanych do uczestników programu Idea Profit. Opisujemy ofertę „Minuty za punkty" oraz promocję „Poleć nas innym", dzięki której można zdobyć dodatkowe punkty programu Idea Profit. Zapraszamy także na zakupy z kartą Profit i nowym katalogiem „Błękitni".

W dziale „Idea Mobile" opisujemy nową ofertę Idea Meritum, dedykowaną klientom biznesowym oraz szeroko omawiamy usługi dodane, dostępne w sieci Idea. Abonentom sieci Idea proponujemy lekturę artykułu „Zostańmy razem – Pakiet Bezpłatnych Minut". Przedstawiamy także wygodne i bezpieczne sposoby regulowania rachunków – „Bezgotówkowe formy płatności".

Nowoczesne parki rozrywki są listopadowym „Tematem miesiąca". W artykule „Sposób na nudę", znajdą Państwo kilka propozycji zagospodarowania czasu w jesienne, deszczowe dni. Ponadto garść informacji o kręglach, grze cieszącej się niesłabnącą popularnością na całym świecie.

Natomiast w dziale „Idea w sieci" prezentujemy wyszukiwarki trzeciej generacji („Nowocześni wyszukiwacze") oraz przedstawiamy niefortunne przedsięwzięcia w Internecie – „Dot.com = Dot.Bomb?".

W „Idea po godzinach" wędrujemy po uliczkach i skwerach Paryża („Z wizytą w stolicy świata"), piszemy również o problemie ochrony środowiska naturalnego i kampanii „Sprzątanie świata".

Życzymy miłej lektury,
Redakcja

Wydawca:
Polska Telefonia Komórkowa Centertel sp. z o.o.

Redakcja:
Biuro Komunikacji Marketingowej PTK

Redaktor Naczelny:
Iwona Zabielska

Redakcja: Agnieszka Guzek

Współpracownicy:
Małgorzata Węgrzecka, Artur Stadnik

Korekta:
Irena Szewczyk

Projekt okładki:
Piotr Lichwierowicz

Reklama:
Paweł Bodzon
TEL. (0) 501 200 114

Opracowanie graficzne:
Jurek Wasiukiewicz

Adres Redakcji:
ul. Skierniewicka 10a
01-230 Warszawa
TEL. (0-22) 656 14 44
w. 20 84
FAKS (0-22) 656 14 44
w. 19 06

Druk: Prasowe Zakłady Graficzne, Bydgoszcz

Redakcja nie ponosi odpowiedzialności za treść zamieszczonych reklam.

program Idea Profit



6 Z kartą Idea Profit Zestaw POP tańszy nawet o 25%

7 Aukcja Profit
– licytacje Zestawów POP punktami programu Profit

8 Minuty za punkty
– jak wymienić punkty na dodatkowe minuty rozmów

8 Zakupy z katalogu „Błękitni"

9 Poleć nas innym
– do zdobycia nawet 5000 punktów dla Uczestników programu Idea Profit

9 Formularz zgłoszeniowy programu Idea Profit

16 Transmisja danych i faksów

17 SMS-y specjalne

18 Pełne zestawienie usług opartych o SMS-y specjalne

20 Z POP-em za granicę
– roaming dla Użytkowników POP

21 Zostańmy Razem – Pakiet Bezpłatnych Minut
– oferta dla stałych Abonentów sieci Idea

22 Bezgotówkowe formy płatności

24 SMS – poradnik dla początkują-cych

5 Świat się kręci
– konkurs na antenie Radia Zet

mobile

11 Abonenci Idei dla powodzian

12 Nowa oferta Idea Meritum
– oferta dla biznesu

14 USŁUGI W SIECI IDEA

14 Moja WAP Idea

15 WBK24 WAP

15 IDEA WAPARK SMS

16 Idea.net

16 Bramka SMS

temat miesiąca

ROZRYWKA

26 Sposób na nudę
– centra rozrywki

9 Bowling
– słów kilka o grze w kręgle



■ MINI INFORMATOR ■

Informacja handlowa: 0-801 234567

– całkowita opłata za połączenie równa jest wartości jednego impulsu w połączeniu lokalnym wg taryfy TP S.A.
Dotychczasowy numer infolinii **0-800 123456** będzie czynny do 15.11.01

Informacja handlowa Meritum: 0-801 100 501

– połączenie dostępne w sieci stacjonarnej

Biuro Obsługi Klienta: *22

– połączenie bezpłatne z tel. kom. (tylko na terenie Polski)
– dla użytkowników POP połączenie płatne wg cennika
501 100 100 – połączenie bezpłatne w sieci Idea
– dla użytkowników POP połączenie płatne wg cennika
(0)22 634 28 82 – numer stacjonarny, połączenie płatne
+48 22 634 28 82 lub **+48 501 100 100**
– numery dla Abonentów, przebywających za granicą

Biuro Obsługi Klienta dla Abonentów Meritum: *525

– połączenie bezpłatne z tel. kom. (tylko na terenie Polski)
502 000 525 – połączenie bezpłatne w sieci Idea
+48 502 000 525 – numer dla Abonentów, przebywających za granicą

Biuro Obsługi Programu Idea Profit:

***300** – połączenie z telefonu w sieci Idea lub NMT
+48 501 400 300 – połączenie z dowolnego telefonu

Informacja o numerach Abonentów PTK Centertel i numerach kierunkowych: *123

– połącznie tylko z telefonu komórkowego
501 200 123, 90 200 123 – połączenie z dowolnego telefonu

PTK Centertel w Internecie:

www.idea.pl
– strona domowa sieci Idea
- oferta Idea Optima, Meritum i POP,
- promocje, usługi dodane, taryfy, telefony, roaming
- interaktywna mapa zasięgu
- sklep internetowy (sprzedaż aktywacji, aparatów, usługi POP)
- bramka SMS
- informacje o firmie



www.centertel.pl
– strona poświęcona analogowej sieci Centertel NMT (odnośnik do strony www.idea.pl pozwala korzystać m.in. z mapy zasięgu)

w sieci

30 Cyfrowa biblioteka
– recenzje programów multimedialnych

31 Nowocześni wyszukiwacze
– przeglądarki internetowe

32 DOT.COM = DOT. BOMB?
– największe plajty w Internecie

idea kulturalna

34 Co nowego w kinach i na DVD

35 Nowości płytowe

36 Nowości książkowe

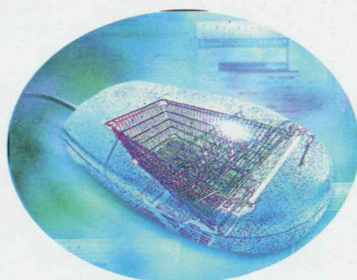
po godzinach

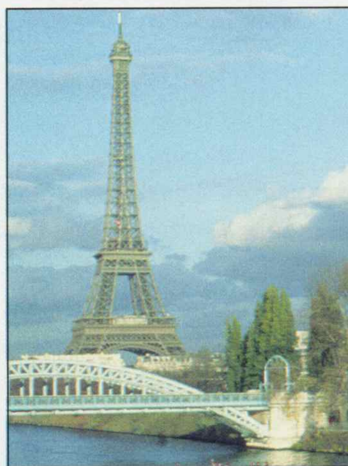
37 Od słowa do słowa
– felieton

38 Z wizytą w stolicy świata
– Paryż

40 Sprzątanie świata

42 W harmonii z naturą
– kuchnia japońska





CENTRUM IDEA



Warszawa, Pl. Konstytucji 6
tel. 628 84 52,
faks 628 84 53 do 54
e-mail: idea.centrum@centertel.pl

Salony sprzedaży



WARSZAWA
ul. Pańska 57/61, tel. 656 15 54, faks 656 15 06;
Al. Niepodległości 24/30, tel. 656 15 54, 853 34 10, 656 34 15, faks 853 34 20;
ul. Okrzei 34, tel. 656 15 54, 670 16 50, 670 24 60, 670 23 88, faks 670 23 60.

BYDGOSZCZ
ul. Gdańska 67, tel. 321 12 12, 321 24 33, faks 321 29 67.

GDAŃSK
ul. Tkacka 9/10, tel. 301 00 21, 301 14 14, faks 301 51 13.

GDYNIA
ul. Świętojańska 87, tel. 620 22 22, faks 620 21 21.

LUBLIN
ul. Chopina 11, tel. 534 55 30, 743 64 80, 743 63 72, 0-501 200 600, faks tonowo 534 55 65.

ŁÓDŹ
ul. Piotrkowska 232, tel. 639 96 95 i tonowo: 10 lub 11 – salon, 20 – przedstawiciele handlowi, 60 lub 61 – serwis, 94 – faks.

KATOWICE
ul. Graniczna 29, tel. 256 40 18, 256 40 34, faks 256 15 49.

KRAKÓW
ul. Piłsudskiego 22, tel. 421 65 76, faks 421 64 88;
ul. Starowiślna 62, tel. 422 29 59, faks 422 26 83.

OLSZTYN
ul. Dąbrowszczaków 8/9, tel. 535 05 04, faks 534 97 53.

POZNAŃ
ul. Wierzbięcice 9, tel. 835 88 88, faks 833 79 80.

RZESZÓW
ul. Kopernika 12, tel. 8 500 600, faks 8 500 620.

SOSNOWIEC
ul. 3-go Maja 30, tel. 292 50 44, faks 292 50 33.

SZCZECIN
ul. Kaszubska 52, tel. 488 40 61-64 i tonowo: 103 – salon, 115 – serwis, 114 – przedstawiciele handlowi, 40 – faks;
ul. Bolesława Krzywoustego 65, tel. 433 04 49, 433 94 58, 433 94 86, 433 93 07 i tonowo: 101 – salon, 110 – faks.

TORUŃ
ul. Rynek Staromiejski 24, tel. 621 10 90, faks 621 10 92.

WROCŁAW
ul. Odrzańska 25, tel. 344 71 66 i tonowo: 101 – salon, 202 – serwis, 121 – przedstawiciele handlowi, 111 – faks;
ul. Piłsudskiego 13, tel. 346 00 10 i tonowo: 101, 102, 103 – salon, 110 – faks.

■ MINI INFORMATOR ■

Głosowo-faksowe serwisy informacyjne

Serwis informacji handlowej PTK Centertel o sieci Idea
501 234 234, 90 234 234
- telefony (*15)
- usługi dodane (*115)
- ceny i promocje (*120)
- roaming międzynarodowy (*125)
- usługa POP (*130)

Wirtualny Serwis Ekonomiczny PTK Centertel i firmy Prorexim
501 213 213, 90 213 213
(internet: **www.prorexim.com.pl**)
- kursy walutowe (*15)
- oprocentowanie depozytów bankowych (*110),
- oprocentowanie kredytów bankowych (*115)
- serwis giełdowy (*125)

Serwis internetowy: 501 70 70 70
Internet w sieciach NMT i Idea

Serwis informacyjny o SMS
501 277 277
- krótkie wiadomości SMS w sieci Idea (*110)
- wysyłanie SMS-ów (*120)
- odbieranie SMS-ów (*130)
- dlaczego warto czytać SMS-y (*140)
- serwisy informacyjne oparte o funkcje SMS (*150)
- pakiet serwisów PAP (*151)
- serwis „Kursy walut Pekao S.A." (*152)
- serwis „Lotto-SMS" (*153),
- wysyłanie SMS-ów do Internetu (*160)
- usługi Internet-SMS i Idea-Email (*170)
- opłaty (*180)

Horoskop Agnieszki
501 200 175, 90 200 175
Baran (*11)
Byk (*12),
Bliźnięta (*13)
Rak (*14)
Lew (*15)
Panna (*16)
Waga (*17),
Skorpion (*18)
Strzelec (*19)
Koziorożec (*110)
Wodnik (*111)
Ryby (*112)

Dostęp do Internetu
***888** lub **501 80 80 80**
w roamingu +48 501 80 80 80

dajemy Ci więcej



Czas trwania promocji 5.11 - 31.12.2001 r.

Z kartą Idea Profit Zestaw POP tańszy nawet o 25%!

Zbliżają się święta, a wraz nimi gorączka zakupów i poszukiwanie prezentów. Jak zawsze, dla Uczestników programu Idea Profit przygotowaliśmy specjalną niespodziankę. Proponujemy Zestaw POP. To doskonały prezent na każdą okazję: Andrzejki, Mikołajki, Gwiazdkę lub ot tak, po prostu dla kogoś, kogo lubimy i chcemy być z nim w ciągłym kontakcie.

W czasie trwania promocji zapraszamy do firmowych salonów PTK Centertel, gdzie **okazanie swojej karty Idea Profit** upoważnia do zakupu Zestawu POP z aktualnej oferty, po specjalnej cenie. Wysokość rabatu zależy od rodzaju posiadanej karty:



Karta Idea Profit YELLOW 15% rabatu

Karta Idea Profit SILVER 20% rabatu

Karta Idea Profit GOLD 25% rabatu

Przypominamy: Zestaw POP zawiera:
- telefon komórkowy
- zestaw StartPOP





Zestaw StartPOP to aktywna **karta SIM** oraz **POPkarta** z początkowym limitem o wartości 15 zł. Od razu po kupnie zestawu, można wykonywać i odbierać połączenia oraz korzystać z usług dodanych, zgodnie z warunkami opisanymi w instrukcji, znajdującej się w każdym zestawie StartPOP.

- Warunkiem skorzystania z promocji jest okazanie w firmowym salonie PTK Centertel swojej karty Idea Profit, wraz z dokumentem potwierdzającym tożsamość.
- Każdy Uczestnik programu może kupić w promocji maksymalnie 2 Zestawy POP.

Telefony Programu: *300 (połączenie z tel. sieci Idea) lub +48 501 400 300, www.idea.pl

AUKCJA PROFIT

19 – 30.11.2001

CODZIENNIE JEDEN ZESTAW POP!
12 DNI EMOCJI!
NIE PRZEGAP TEJ SZANSY!
ZRÓB NIESPODZIANKĘ SWOIM NAJBLIŻSZYM
I WYGRAJ DLA NICH TELEFON!

- aukcja trwa codziennie, w godzinach 8.00-24.00, od 19 do 30.11.2001 r.
- wartość wywoławcza licytowanych Zestawów POP określona jest w punktach Profit i wynosi 1000 punktów.
- aby wziąć udział w aukcji, należy wysłać SMS-a z deklarowaną liczbą punktów pod numer 7130.
- deklarowana liczba punktów, zostanie odjęta z konta w programie tylko w przypadku wygrania aukcji.
- minimalne przebicie: 10 punktów.
- maksymalne przebicie: 200 punktów.
- informację o najwyższej, **wygrywającej** w danym momencie **liczbie punktów**, można uzyskać wysyłając SMS z komendą **TOP** pod numer 7130.

Zapraszamy do udziału w kolejnej już aukcji w programie IDEA PROFIT. Każdego dnia do wygrania 1 z 12. licytowanych w aukcji Zestawów POP. Zacznij dzień od wysłania SMS-a z komendą AUKCJA pod numer 7130, a otrzymasz informację, który z Zestawów POP licytujemy w danym dniu.



LICYTUJEMY ZESTAWY POP Z TELEFONEM:

CODZIENNIE OD 8.00 DO 24.00 CZEKAMY NA TWOJEGO SMS-a. POWODZENIA!

NOKIA 3310*



SONY J5*



SIEMENS C35*



MOTOROLA T205*



ALCATEL 301*



* Aparat posiada blokadę SIMlock, tzn. współpracuje jedynie z kartami SIM sieci Idea

- Opłata za wysłanie każdego SMS-a pod numer 7130 wynosi 1 zł netto, zgodnie z cennikiem usług telekomunikacyjnych PTK Centertel
- Szczegółowe warunku AUKCJI określa Regulamin, dostępny w siedzibie PTK Centertel oraz w Internecie na stronie www.idea.pl



Minuty za punkty

Już od 5 listopada 2001 r. oferta MINUTY ZA PUNKTY dostępna także dla IDEA MERITUM*!

Przypominamy, że MINUTY ZA PUNKTY to oferta, dzięki której punkty Profit, zgromadzone na swoim koncie w programie, można wymienić na dodatkowe minuty!

W ramach oferty dostępnych jest 5 Pakietów Idea Profit: Pakiet 10, Pakiet 20, Pakiet 60, Pakiet 120, Pakiet 180. Liczba przy słowie „Pakiet" oznacza liczbę minut dostępnych w danym pakiecie.

Aby skorzystać z oferty i wymienić punkty na dodatkowe minuty, wystarczy wysłać SMS z komendą PAKIET 10 (20, 60, 120, 180) pod numer 300.

Nazwa pakietu/ treść SMS pod nr 300	Liczba minut dostępna w Pakiecie Idea Profit	Wartość Pakietu Idea Profit w punktach PROFIT
PAKIET 10	10	300
PAKIET 20	20	500
PAKIET 60	60	1400
PAKIET 120	120	2300
PAKIET 180	180	3000

Np. SMS wysłany pod numer 300 z komendą PAKIET 60 oznacza, że deklarujesz wymianę posiadanych 1400 punktów Profit na 60 dodatkowych minut. Po pozytywnej weryfikacji i odjęciu wartości zakupionych minut w punktach Profit, otrzymasz w formie SMS-a potwierdzenie realizacji zlecenia, a Twój limit połączeń wzrośnie o zakupiony Pakiet minut.

Zakupiony Pakiet minut można wykorzystać po wyczerpaniu limitu bezpłatnych minut, dostępnych w abonamencie oraz kapitału minut, pozostałego z poprzedniego okresu rozliczeniowego. Niewykorzystane minuty z PAKIETU IDEA PROFIT przechodzą w ramach kapitału minut na następny miesiąc.

- Oferta MINUTY ZA PUNKTY, dostępna jest dla wszystkich Uczestników programu Idea Profit, posiadających telefon w ofercie Idea Optima lub Idea Meritum*.
- W przypadku Uczestników programu, będących Abonentami z planem taryfowym Idea 50/150 i pochodnych, warunkiem skorzystania z oferty jest zmiana planu taryfowego na dowolnie wybrany plan Idea Optima lub Idea Meritum*.
- Oferta nie dotyczy NMT, POP.
- Nie ma możliwości łączenia punktów, zgromadzonych na różnych kontach w programie, w celu skorzystania z oferty.
- Szczegółowe warunki oferty „MINUTY ZA PUNKTY" określa Regulamin, dostępny w siedzibie PTK Centertel oraz w Internecie na stronie www.idea.pl.

* Oferta IDEA MERITUM dostępna w sieci Idea począwszy od 2.07.2001 r.

ZAPRASZAMY NA ZAKUPY Z KATALOGU „BŁĘKITNI"!



Od 5 listopada 2001 r. dostępny jest nowy katalog „Błękitni" nr 7, a w nim do wyboru aż 10 tys. nowych produktów, za które możesz płacić punktami Profit! Zabawki dla dzieci, stroje karnawałowe, galanteria skórzana, torby turystyczne, wyposażenie domu, sprzęt turystyczny, treningowy, RTV, AGD, Hi-FI, akcesoria komórkowe, komputery, multimedia... a nawet najnowsza kolekcja BIG BROTHER i EKSPEDYCJA.

Katalog dostępny jest za 200 punktów Profit. Aby go zamówić, wystarczy wysłać SMS z komendą KATALOG pod nr 400. Zależnie od stanu punktowego Twojego konta, w formie zwrotnego SMS-a otrzymasz informację o przyjęciu lub niemożności realizacji zamówienia.

Katalog dostaniesz w ciągu 6 tygodni od daty przyjęcia zamówienia.*



Wraz z katalogiem „Błękitni" możesz również wesprzeć „Fundację Błękitni", pomagającą dzieciom pozbawionym opieki i wsparcia najbliższych:
bank: Deutsche Bank Polska S.A., konto 19101123-26001254-27015-110100005

*PTK Centertel nie ponosi odpowiedzialności za opóźnienia Poczty Polskiej

Telefony Programu: *300 (połączenie z tel. sieci Idea) lub +48 501 400 300, www.idea.pl

Poleć nas innym

Do 30 listopada 2001 r. masz szansę zdobyć nawet 5000 dodatkowych punktów Profit w promocji POLEĆ NAS INNYM!

Przypominamy: aby wziąć udział w promocji, wystarczy polecić znajomej osobie program Idea Profit.

Jeśli osoba, której poleciłeś program Idea Profit, zostanie w czasie trwania promocji pozytywnie zweryfikowana, otrzymasz:

200 punktów Profit, za polecenie nowego Uczestnika, który otrzyma kartę Yellow.
500 punktów Profit, za polecenie nowego Uczestnika, który otrzyma kartę Silver.
1000 punktów Profit, za polecenie nowego Uczestnika, który otrzyma kartę Gold.

PAMIĘTAJ o wpisaniu swojego numeru telefonu w miejscu oznaczonym na formularzu:

Numer telefonu osoby polecającej program Idea Profit:
50☐-☐☐☐-☐☐☐ lub 90-☐☐☐-☐☐☐

- Jeden Uczestnik programu może w czasie trwania promocji polecić program maksymalnie 5 Abonentom PTK Centertel.
- Szczegółowe warunki oferty POLEĆ NAS INNYM określa Regulamin, dostępny w siedzibie PTK Centertel oraz w Internecie na stronie www.idea.pl

Formularz zgłoszeniowy do programu Idea Profit

Prosimy wypełnić czytelnie, drukowanymi literami. Wypełniony formularz zgłoszeniowy prosimy wyciąć i wysłać w kopercie pod adres:

ul. Skierniewicka 10a, 01-230 Warszawa z dopiskiem „IDEA PROFIT"

Identyfikator formularza
P11

Numer użytkowanego telefonu: 50☐-☐☐☐-☐☐☐ lub 90-☐☐☐-☐☐☐

1. Imię:
2. Nazwisko:
3. Adres korespondencyjny
   Miasto:
   Kod pocztowy ☐☐-☐☐☐
   Ulica:
   Numer domu: Numer mieszkania:
4. Adres e-mail:
   nie posiadam ☐
5. Imię i nazwisko do umieszczenia na karcie (do 19 znaków razem ze spacjami)
6. Numer telefonu kontaktowego poza komórkowym:
   (☐☐☐)
7. Data urodzenia: 19☐☐/☐☐/☐☐
   rok / m-c / dzień
8. Płeć: K☐ M☐
9. Telefon, który Pani/Pan użytkuje to:
   a) telefon prywatny: ☐ b) telefon służbowy*: ☐
10. Telefon zarejestrowany jest na (dotyczy jedynie telefonów służbowych):
    Nazwa firmy:
    Adres
    Miasto:
    Kod pocztowy ☐☐-☐☐☐
    Ulica:
    Numer domu: Numer mieszkania:

Numer telefonu osoby polecającej program Idea Profit:
50☐-☐☐☐-☐☐☐ lub 90-☐☐☐-☐☐☐

*) Oświadczam, że jestem upoważniony przez Abonenta do zgłoszenia udziału w programie Idea Profit PTK Centertel, na składanie zamówień oraz odbiór i realizację nagród, zgodnie z Regulaminem. Operator ma prawo anulowania uczestnictwa oraz punktów na koncie w Programie Uczestników na pisemny wniosek Abonenta, właściciela telefonu.

....
imię i nazwisko

....
data podpis Uczestnika

Oświadczam, że biorę pełną odpowiedzialność za prawdziwość wszystkich danych i oświadczeń, zawartych w tym formularzu oraz przyjmuję do wiadomości, że PTK Centertel nie ponosi odpowiedzialności za podanie nieprawdziwych informacji. Oświadczam, że akceptuję zasady i warunki Programu lojalnościowego, określone w Regulaminie Programu Idea Profit. Administratorem bazy danych jest PTK Centertel z siedzibą w Warszawie, przy ul. Skierniewickiej 10a. Podanie danych osobowych jest dobrowolne. Każdy ma prawo wglądu do swoich danych osobowych oraz ich poprawiania. Wyrażam dobrowolną zgodę na gromadzenie i przetwarzanie moich danych osobowych, zawartych w niniejszym formularzu przez PTK Centertel Sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie, przy ul. Skierniewickiej 10a, dla celów realizacji programu Idea Profit, a także dla celów statystycznych i marketingowych oraz na przekazanie danych osobowych innym podmiotom - Partnerom współpracującym z PTK Centertel w ramach programu Idea Profit, wyłącznie dla celów związanych z realizacją Programu.

....
imię i nazwisko

....
data podpis Uczestnika



ciągle nowe pomysły

ZAKUPY Z RABATEM!





-20%
-10%

program profit idea

Atlantic CANDINO SEIKO TISSOT
MAURICE LACROIX LONGINES ROAMER ORIENT
CITIZEN G-SHOCK Baby-G CASIO

www.zibi.pl **KUPON PREZENTOWY** www.salony.zibi.pl

Kupon upoważnia do 20% rabatu na zakupy za min. 250 zł
lub do 10% rabatu na zakupy na kwotę niższą niż 250 zł
Warunkiem otrzymania rabatu jest posiadanie kuponu oraz okazanie karty Idea Profit
*nie sumujemy rabatów

po adresy salonów firmowych Zibi
dzwoń infolinia: 0-801-120-110



*Kupon służy do jednorazowego użytku
i jest ważny do 20.12.2001 r.

Największa sieć salonów z zegarkami i upominkami w Polsce

ABONENCI IDEI DLA POWODZIAN

Polska Telefonia Komórkowa Centertel, operator sieci Idea, zawsze aktywnie włącza się w ogólnopolskie akcje pomocy potrzebującym. W tym roku Idea przekazała blisko 1 mln zł dla ofiar ostatniej powodzi. Z myślą o ofiarach tegorocznej powodzi, Idea przygotowała specjalne akcje – „Pomoc dla Powodzian" i „Pomóż Powodzianom".





„Pomoc dla Powodzian"

Pierwsza akcja – „Pomoc dla Powodzian" – przygotowana była we współpracy z Telewizją Polską S.A. Użytkownicy sieci Idea (POP, Optima, Meritum) mogli wspomóc finansowo osoby poszkodowane podczas powodzi, wysyłając SMS-y w terminie **od 27 lipca do 31 sierpnia 2001 r.** W tym celu został uruchomiony specjalny numer – 7511. Cena, za każdego SMS-a, wysłanego pod ten numer, wynosiła 5 zł netto. Treść SMS-a, wysłanego pod numer 7511, brzmiał: „DAR". Każdy wysłany SMS, został potwierdzony wiadomością zwrotną o treści: „SIEC IDEA I TELEWIZJA POLSKA S.A. DZIEKUJA ZA DAR PRZEKAZANY DLA POWODZIAN". Opłaty, za wysłane pod numer 7511 SMS-y, zostały, za pośrednictwem TVP S.A i samorządów lokalnych, przekazane osobom poszkodowanych podczas powodzi. Informacje o akcji „Pomoc dla Powodzian" i numerze SMS 7511 prezentowała Telewizja Polska w specjalnie uruchomionym studio (emisje w 1 i 2 Programie TVP). Telewidzowie byli na bieżąco informowani o sytuacji powodziowej i wszelkich akcjach podejmowanych z myślą o ofiarach powodzi. Numer SMS 7511 był także przedstawiany na internetowej stronie: http://www.tvp.pl/. **Akcja „Pomoc dla Powodzian" przyniosła 793 481,90 zł.** Ponadto, firma PTK Centertel na rzecz akcji przekazała kwotę w wysokości 40 000 zł."

„Pomóż Powodzianom"

Akcja „Pomóż powodzianom" została zorganizowana przez Program Idea Profit i trwała **od 1 sierpnia do 10 września 2001 r.** Uczestnicy programu mogli przekazać na rzecz akcji dowolną liczbę, zebranych na swoim koncie, punktów programu Profit. Udział w akcji polegał na wysłaniu SMS-a z deklarowaną liczbą punktów Profit pod numer 400. Na przykład SMS o treści „100", oznaczał, że uczestnik Programu deklaruje 100 punktów Profit dla ofiar powodzi. W akcji „Pomóż powodzianom" wzięło udział **5 870 osób**, które łącznie zebrały **4 119 836 punktów Profit.** Rekordzista przekazał jednorazowo 9 000 punktów Profit. Punkty zostały przeliczone na złotówki (1 punkt = 0,04 zł), a otrzymaną kwotę w wysokości **164 793,44 zł PTK Centertel przekazał w dniu 24 września na konto Polskiej Akcji Humanitarnej.** Uczestnicy programu mogli także wpłacać pieniądze na konto Polskiej Akcji Humanitarnej z dopiskiem „Powódź Idea".

Informacja o akcji „Pomóż powodzianom" została w sierpniu br. wysłana SMS-em do wszystkich aktywnych uczestników Programu Idea Profit (blisko 400 tys. osób) oraz była dostępna w Internecie na stronie www.idea.pl/profit.

Dziękujemy wszystkim Abonentom, którzy włączyli się w specjalne akcje Idei na rzecz ofiar tegorocznej powodzi, za okazaną solidarność z potrzebującymi pomocy oraz wsparcie finansowe, przekazane za pośrednictwem sieci Idea.

Od 2 lipca 2001 r., w ramach sieci Idea, można korzystać z nowej, innowacyjnej oferty Idea Meritum, dedykowanej specjalnie Klientom biznesowym. Nowa oferta Idea Meritum jest dostępna zarówno dla nowych, jak i obecnych Abonentów sieci Idea, prowadzących działalność gospodarczą i posiadających numer identyfikacyjny REGON.

Nowa oferta Idea Meritum

Wojciech Tarkowski

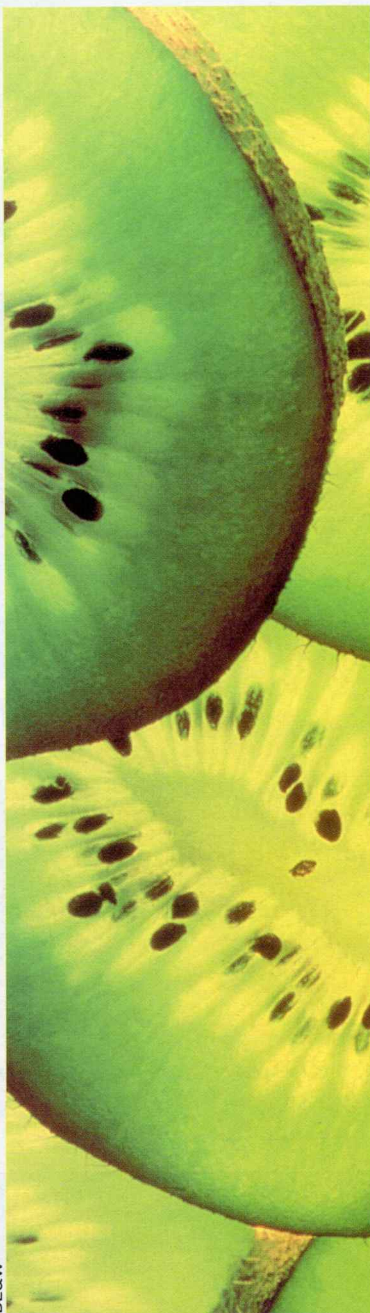
Z oferty mogą skorzystać Abonenci, którzy mają jedną, bądź więcej aktywacji w dowolnym planie taryfowym, w dotychczasowych ofertach abonamentowych sieci Idea.

Oferta jest skierowana do wszystkich Abonentów, posiadających numer REGON z planami taryfowymi:

- Idea Optima,
- „stare" Meritum,
- Idea 50/150 i pochodnymi.

Bezpłatna zmiana planu taryfowego na dowolny w ofercie Meritum, jest możliwa dla kontraktów z zakończonym okresem lojalnościowym:

- Dla kontraktów posiadających hasło abonenckie:
  - telefonicznie, pod numerem *525 można dokonać zmiany oferty i wybrać dowolny plan taryfowy Meritum,
  - usługi dodane dla konta abonenckiego (Korporacyjne Pakiety Głosowe/SMS-owe, E-billing, Rozdzielny Billing, Biznes Grupa) można zamówić, przesyłając do BOK wypełniony aneks i odpowiednie załączniki.
- Dla kontraktów nie posiadających hasła abonenckiego:
  - pisemna dyspozycja dokonania zmiany oferty i wyboru planu taryfowego przesłana faksem,
  - usługi dodane dla konta abonenckiego można zamówić przesyłając wypełniony aneks i odpowiednie załączniki


BE&W

Płatna (wg Cennika) zmiana planu taryfowego dla kontraktów z nie zakończonym okresem lojalnościowym:

- Możliwa tylko w BOP/Salonach firmowych PTK Centertel, po podpisaniu aneksu,
- Zmiana może zostać przeprowadzona na kontraktach, które są aktywne w ofercie Idea Optima nie krócej niż 6 miesięcy.

Meritum – idealne dopasowanie do potrzeb każdej firmy

Meritum, to pierwszy, stale rozwijający się, zintegrowany system komunikacji o charakterze modułowym. Użytkownik może więc w dowolny sposób dobrać zestaw usług do swoich indywidualnych wymagań. Możliwość nieskrępowanego kształtowania profilu Meritum, czyni je idealnym narzędziem pracy każdego człowieka biznesu. Bez względu na to, z ilu telefonów będzie korzystała firma, można spośród sześciu planów taryfowych Meritum, wybrać ten, który najlepiej odpowiada jej profilowi. Każdy z planów taryfowych zawiera odpowiedni pakiet bezpłatnych minut połączeń w ramach abonamentu. Opłaty naliczane są co 30 sekund, co znacząco wpływa na obniżenie kosztów użytkowania telefonów komórkowych w firmie.

Plany taryfowe w Meritum

Nowa oferta Meritum zawiera następujące plany taryfowe:

- Meritum 20 lub Meritum 50 zapewniają swobodę działania. Niski abonament w tych planach taryfowych obejmuje odpowiednio 20 lub 50 bezpłatnych minut połączeń i gwarantuje korzystanie z podstawowych usług dodanych. To idealne rozwiązanie dla tych, którzy telefonu używają głównie do przyjmowania rozmów.
- Meritum 100, Meritum 150 lub Meritum 200 dają pewność, że podejmowane poza firmą decyzje, oparte są na aktualnych informacjach. Wybór tych planów taryfowych gwarantuje odpowiednio 100, 150 lub 200 bezpłatnych minut połączeń w ramach abonamentu, w zależności od potrzeb firmy. To propozycja dla ludzi, którzy cenią swobodę prowadzenia rozmów, komfort i wygodę korzystania z telefonu komórkowego.
- Meritum 250 stworzono tak, aby bezpieczny, stały kontakt z firmą stanowił podstawę właściwych decyzji i powodzenia w interesach. Będąc Użytkownikiem Meritum 250 można korzystać ze swojego telefonu bez ograniczeń. Z poczuciem komfortu, że po przekroczeniu puli 250, przysługujących bezpłatnych minut połączeń, dalsze połączenia będą rozliczane według najniższej stawki za minutę rozmowy. Meritum 250 to oferta stworzona dla ludzi sukcesu, którzy pokonują wszelkie bariery, stojące na drodze do celu.

Usługi dodane

Dzięki możliwości wyboru wielu usług dodanych, stworzonych specjalnie z myślą o Klientach biznesowych, nowa oferta Meritum w pełni dopasowuje się do indywidualnych potrzeb nawet najbardziej wymagających użytkowników telefonii komórkowej.

Pakiety Info Meritum
Wygodna forma kontroli wykorzystania pakietu bezpłatnych minut, dzięki informacji głosowej lub SMS-owej.

Usługa Optymalna
W zakresie planów taryfowych: Meritum 150, Meritum 200 i Meritum 250, usługa Optymalna dostosowuje najkorzystniejsze, najtańsze dla Abonenta, rozliczanie połączeń i abonamentu w ramach automatycznie wybieranego planu taryfowego.

Trzy specjalne Biznes Grupy
Atrakcyjne warunki tworzenia Biznes Grupy już od 6 aktywnych telefonów na jednym koncie abonenckim. Pozwalają one obniżyć koszty połączeń w ramach numerów, należących do tej grupy nawet o ponad 80%. Naliczanie opłaty w przypadku połączeń w ramach Biznes Grupy następuje zawsze co 15 sekund i gwarantuje najniższą stawkę za połączenie już od 24 groszy netto.

Rozdzielny billing
Usługa ta daje możliwość kontroli wykonywanych połączeń, co umożliwia proste rozliczanie pracowników z rozmów prywatnych.

E-billing
Połączenie nowoczesnej aplikacji zawartej na CD-romie i systemu przesyłania rachunku przez pocztę elektroniczną, pozwala na dogodniejsze zarządzanie rozmowami w firmie. Analizując zestawienia połączeń, można korzystniej i efektywniej dobrać zestaw usług i planów taryfowych oraz monitorować połączenia wykonywane przez pracowników. Dzięki E-billingowi można dopasować infrastrukturę telekomunikacyjną firmy do jej potrzeb i wymagań.

Korporacyjne Pakiety Głosowe
Wybierając tę usługę można stworzyć wspólną pulę bezpłatnych minut połączeń dla wszystkich telefonów na koncie abonenckim. Oferujemy 5 000, 10 000 lub 25 000 minut w jednym Pakiecie. Dzięki rozbudowanemu systemowi informacji, usługa pozwala funkcjonalnie kontrolować stopień wykorzystania Pakietu. Opłata za minutę połączenia w ramach Pakietów już od 45 gr netto.

Pakiety SMS
Możliwość korzystania ze 100., 250. lub 500. tańszych SMS-ów, przeznaczonych dla jednego telefonu. Cena pojedynczego SMS-a w Pakiecie już od 15 gr netto.

Korporacyjne Pakiety SMS
To 1 000, 5 000 lub 10 000 wspólnych SMS-ów dla wszystkich telefonów na koncie abonenckim z rozbudowanym systemem kontroli ich wykorzystania to idealne rozwiązanie dla firm, które traktują SMS jako główne narzędzie wymiany informacji. W ramach Pakietów, cena pojedynczego SMS-a już od 9 gr netto.

Atrakcyjne Rabaty
przysługujące Klientom Meritum z tytułu:
– liczby telefonów na koncie abonenckim,
– wysokości generowanych obrotów,
– stażu w nowej ofercie Meritum, to kolejne narzędzie obniżające koszty usług w sieci Idea. Rabaty są naliczane automatycznie i nie wykluczają się wzajemnie.

Oferta Meritum, dedykowana jest nowoczesnym, małym, średnim lub dużym firmom i jest dostępna we wszystkich punktach sprzedaży sieci Idea.

To bez wątpienia jedyna propozycja dla ludzi, którzy drogę do sukcesu widzą w nieustannym rozwoju i doskonaleniu narzędzi pracy. Osiągając precyzję w każdej dziedzinie, wymagają rozwiązań indywidualnych, dostosowujących się do specyfiki prowadzonej działalności.

WYKAZ OPŁAT ZA POŁĄCZENIA W OFERCIE MERITUM

OBOWIĄZUJE OD 02.07.2001 DO ODWOŁANIA
Okres rozliczeniowy: JEDEN MIESIĄC

Plan taryfowy	Meritum 20	Meritum 50	Meritum 100	Meritum 150	Meritum 200	Meritum 250
Pakiet bezpłatnych minut połączeń[1]	20	50	100	150	200	250
Kapitał minut[2] (przechodzenie niewykorzystanych bezpłatnych minut połączeń do puli w następnym miesiącu)	bezpłatne	bezpłatne	bezpłatne	bezpłatne	bezpłatne	bezpłatne
Opłata za włączenie do sieci (aktywacja)	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00
Abonament miesięczny (płatny z góry)[3]	34,00	59,00	95,00	135,00	169,00	199,00
Opłata za minutę połączenia po przekroczeniu pakietu bezpłatnych minut połączeń do[4]: • sieci komórkowych (Idea, Centertel, Era, Plus GSM) • sieci stacjonarnych	1,40	1,00	0,84	0,76	0,64	0,60
	Opłata naliczana za każde rozpoczęte 30 sekund połączenia					
Połączenia z pocztą głosową (numer *501)	bezpłatne	bezpłatne	bezpłatne	bezpłatne	bezpłatne	bezpłatne
Połączenia międzynarodowe[5]	1,40 + stawka TP S.A.	1,00 + stawka TP S.A.	0,84 + stawka TP S.A.	0,76 + stawka TP S.A.	tylko stawka TP S.A.	tylko stawka TP S.A.

Do podanych cen (PLN) należy doliczyć podatek VAT w wysokości 22%

1) Pakiet bezpłatnych minut połączeń obejmuje połączenia (typu głosowego, transmisji danych i faksów) i przekierowania do Abonentów wszystkich krajowych operatorów z wyłączeniem połączeń z numerami bezpłatnymi i specjalnymi. Połączenia (*501) i przekierowania na pocztę głosową nie są zaliczane do pakietu bezpłatnych minut połączeń.
W przypadku połączeń międzynarodowych pakiet nie obejmuje opłat rozliczanych wg taryfy TP S.A. Niewykorzystane minuty zostaną udostępnione w następnym okresie rozliczeniowym, po uprzednim wykorzystaniu pakietu bezpłatnych minut połączeń przypadających na aktualny okres rozliczeniowy.
2) Kapitał minut jest usługą bezpłatną i oznacza, że niewykorzystane minuty połączeń zostaną udostępnione w następnym okresie rozliczeniowym, po uprzednim wykorzystaniu pakietu bezpłatnych minut połączeń przypadających na aktualny okres rozliczeniowy.
3) Abonament obejmuje opłatę za możliwość realizowania połączeń radiotelefonicznych, pakiet bezpłatnych minut połączeń oraz standardowy pakiet usług dodanych.
4) Opłaty za pełną minutę połączenia. Opłata naliczana jest za każde rozpoczęte 30 sekund połączenia.
5) W planach taryfowych Meritum 200 i Meritum 250 pobierana jest wyłącznie opłata TP S.A. naliczana za każdą rozpoczętą minutę połączenia. Cena połączenia międzynarodowego zależy od zaszeregowania kraju przez TP S.A. do odpowiedniej strefy taryfowej.
W planach taryfowych Meritum 20, Meritum 50, Meritum 100, Meritum 150 oprócz opłaty TP S.A. naliczanej za każdą rozpoczętą minutę połączenia, pobierana jest standardowa opłata za minutę połączenia (odpowiednia dla danego planu taryfowego) naliczana za każde rozpoczęte 30 sekund połączenia.

Połączenia z numerami 0-70 i 0-80 są zablokowane.

Użytkownicy sieci Idea mogą korzystać z wielu zaawansowanych usług dodanych. Działają one w oparciu o najnowsze technologie i różne sposoby przesyłania danych. Wszystkie mają ułatwić komunikację i dostęp do informacji.

USŁUGI W SIECI IDEA

JACEK PIETRUSZYŃSKI, BARTOSZ KĘCZKOWSKI

Moja WAP Idea

Technologia WAP, dzięki specjalnej przeglądarce, umieszczonej w telefonie komórkowym, pozwala korzystać z zasobów informacyjnych i usług umieszczonych w sieci Internet.

„Moja WAP Idea" to możliwość spersonalizowania przez Użytkownika strony WAP – należy połączyć się z serwisem WAP Idea (adres http://wap.idea.pl/ zapisany jest na stałe w ustawieniach aparatów oferowanych w sieci Idea) oraz zarejestrować się. Potrzebne hasło przesyłane jest SMS-em. Użytkownik może stworzyć swój osobisty katalog serwisów i linków WAP, nadawać im własne nazwy, samodzielnie dodawać linki do najczęściej używanych adresów, zmieniać hasło dostępu oraz tekst powitalny w „Moja WAP Idea", ustawiać powiadomienie SMS-em o planowanych spotkaniach lub innych wydarzeniach. Przypomnienie będzie wysyłane do Użytkownika w określonym przez niego dniu i czasie.

Usługi w serwisie WAP:

Serwis turystyczny PPWK – przygotowany przez Pol-skie Przedsiębiorstwo Wydawnictw Kartograficznych, jako pierwszy w kraju, umożliwia zaplanowanie wycieczki po całej Polsce przy pomocy telefonu. W serwisie znajdują się opisy ponad 2500. ciekawych miejscowości i zabytków oraz mapa drogowa, ułatwiająca lokalizację i dojazd do wybranego miejsca. Szukać go należy w podkatalogu TURYSTYKA.

Sklep WAP Idea – jedna z pierwszych w Polsce usług m-commerce. Oznacza łatwe i szybkie dokonywanie zakupów przez telefon komórkowy, wyposażony w przeglądarkę WAP, bez względu na miejsce, w którym Użytkownik się aktualnie znajduje. Oferta sklepu obejmuje wszystkie telefony, aktualnie dostępne w sieci Idea, z aktywacjami lub bez, zestawy POP oraz akcesoria do aparatów. Towar zostanie dostarczony w ciągu 48. godzin od momentu potwierdzenia zamówienia.

WAP Email – usługa, która integruje pocztę elektroniczną z telefonią komórkową. W ten sposób Użytkownicy uzyskują łatwy i szybki dostęp do swoich kont pocztowych oraz możliwość ich obsługi za pomocą telefonu komórkowego.

WAP Email oferuje:

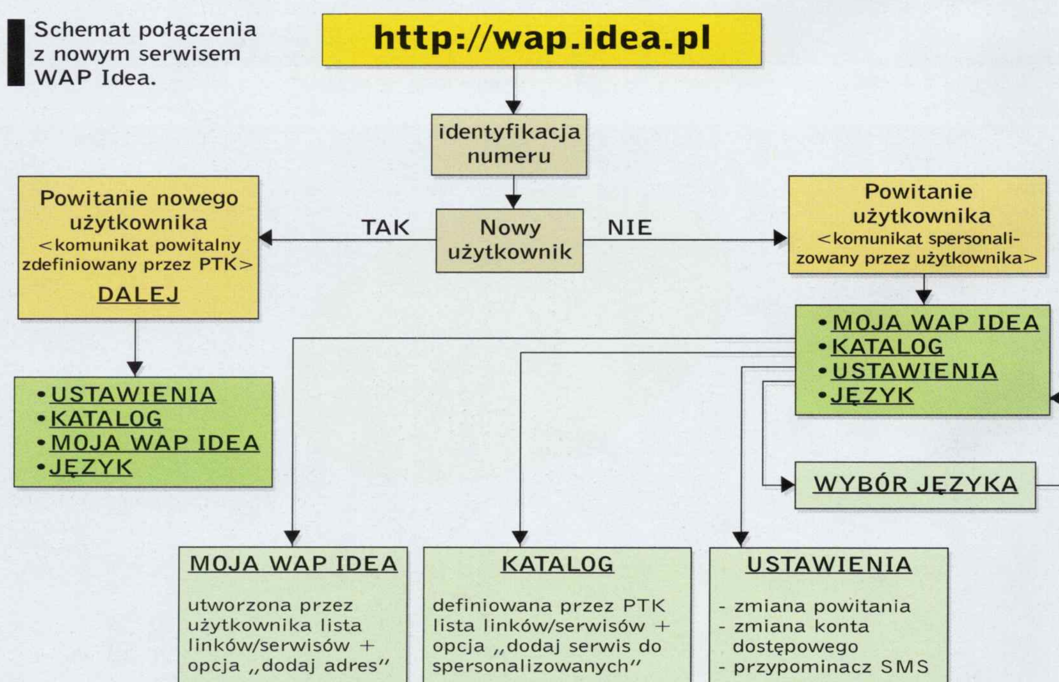
- możliwość wysyłania i odbierania wiadomości e-mail z telefonu komórkowego,
- możliwość obsługi kilku kont (za pomocą protokołu POP3),
- wysoki poziom bezpieczeństwa – uniemożliwia dostęp do prywatnej poczty osobom postronnym, poprzez konieczność logowania się za pomocą hasła,
- możliwość ustawienia parametrów konta (np. filtry).

WAP Makler – wirtualne biuro maklerskie, uruchomione we współpracy z biurem maklerskim Global Capital Partners. Umożliwia sprawdzanie informacji o stanie konta, składanie zleceń kupna i sprzedaży papierów wartościowych, a także śledzenie bieżących notowań na Warszawskiej Giełdzie Papierów Wartościowych oraz indeksów głównych giełd światowych. Aby mieć dostęp do tego serwisu, należy mieć otwarty rachunek inwestycyjny w biurze maklerskim Global Capital Partners.

Wszystkie nowe usługi dostępne w WAP Idea umieszczone są w zakładce NOWOŚCI.

Technologia WAP pozwala na tworzenie zaawansowanych systemów informatycznych. Przykładem takiego rozwiązania jest system Ankieter. OBOP, w dniu wyborów parlamentarnych 23 września 2001 r., przeprowadził sondaż wśród wyborców, dotyczący ich preferencji wyborczych. Dane z ankiet wprowadzane były do, specjalnie w tym celu stworzonej, strony WAP oraz przesyłane w oparciu o sieć Idea do centrum informatycznego OBOP-u. Dzięki technologii WAP, przedstawiono najświeższe wyniki sondaży natychmiast po zamknięciu lokali wyborczych.

Schemat połączenia z nowym serwisem WAP Idea.



WBK24 WAP

To wspólne przedsięwzięcie PTK Centertel i BZ WBK, dla posiadających konto osobiste w tym banku. Usługa pozwala na dokonywanie operacji na swoim koncie za pomocą telefonu komórkowego, działającego w technologii WAP.

Trudno o wygodniejszy dostęp do konta bankowego – można nie wychodząc z domu, w dowolnym momencie, sprawdzić stan konta, opłacić rachunki lub założyć lokatę terminową.

Dokonywanie operacji jest całkowicie poufne. Połączenie między bankiem a siecią Idea następuje przez specjalnie zabezpieczone łącze. Użytkownik dysponuje dwoma kodami identyfikacyjnymi (NIK i PIN), polecenia mogą być dodatkowo szyfrowane za pomocą protokołu WTLS.

Po zalogowaniu, na wyświetlaczu telefonu ukazuje się „**Menu główne**", w którym dostępne są następujące opcje: **Rachunki**, **Przelewy**, **Lokaty** oraz **Dyspozycje wydane**.

Opcja „**Rachunki**" pozwala sprawdzić bieżące saldo, uzyskać informacje o koncie (numer rachunku, wysokość limitu, oprocentowanie i inne) oraz przeglądać historię operacji na koncie.

Opcja „**Historia**" prezentuje ostatnio zaksięgowaną operację. Do przeglądania wcześniejszych operacji służy opcja „**Starsze**".

Funkcja „**Podaj datę**" umożliwia bezpośrednie przeniesienie do operacji zaksięgowanej w podanym dniu.

Opcja „**Przelewy**" umożliwia dokonywanie przelewów na rachunki obce (np. żeby uregulować rachunek za telefon) lub między rachunkami własnymi (dla posiadających kilka rachunków w BZ WBK).

W opcji „**Lokaty**" można zakładać i likwidować lokaty terminowe. Aby założyć lokatę, należy wybrać opcję „**Załóż lokatę**", a następnie podać numer konta, z którego mają być pobrane środki na jej otwarcie, kwotę lokaty oraz jej rodzaj. Po podaniu powyższych danych, następuje potwierdzenie dyspozycji. Powoduje ono przelanie środków z konta bankowego na nowo otwarty rachunek lokaty terminowej. „**Zrywanie lokaty**" pozwala uzyskać wolne środki finansowe. Pieniądze z zerwanej lokaty niezwłocznie wpłyną na konto klienta.

Opcja „**Dyspozycje wydane**" pozwala na przeglądanie wydanych dyspozycji, anulowanie transakcji z przyszłym terminem realizacji. Oprócz sprawdzania stanu środków i dokonywania operacji na koncie, Użytkownik może także poznać bieżące kursy walut w BZ WBK oraz znaleźć adresy wszystkich placówek i bankomatów.


BE&W

IDEA WAPARK SMS

To wspólna usługa PTK Centertel i WAPARK, firmy zarządzającej Systemem Parkowania Płatnego Niestrzeżonego w Warszawie.

Usługa dostępna jest dla Abonentów Idea Optima i Meritum. Pozwala ona regulować opłaty za parkowanie samochodu poprzez wysyłanie wiadomości SMS.

Aby skorzystać z usługi, należy w Salonie Firmowym sieci Idea odebrać bezpłatny identyfikator z numerem i wpisać nań numer rejestracyjny swojego pojazdu. Jeden identyfikator przysługuje jednemu pojazdowi. W czasie parkowania identyfikator powinien być umieszczony w widocznym miejscu.

Aby aktywować usługę, należy **wysłać SMS-a** aktywacyjnego **o treści „A"** wraz **z numerem identyfikatora i numerem rejestracyjnym pojazdu** pod skrócony **numer 5001**. W odpowiedzi Klient otrzyma potwierdzenie prawidłowo przeprowadzonej rejestracji oraz informację o przyznanym mu limicie kredytowym i stanie konta.

Limit kredytowy „IDEA WAPARK SMS" – maksymalna kwota, na jaką Abonent będzie mógł wykupić czas płatnego parkowania w danym miesiącu.

Wirtualne konto „IDEA WAPARK SMS" – indywidualne konto rozliczeniowe, zakładane automatycznie Abonentowi aktywującemu usługę. Z tego konta będą pobierane opłaty za płatne parkowanie. Zasilanie konta odbywa się przez zakup czasu płatnego parkowania. W celu zakupu czasu parkowania, Abonent zobowiązany jest wysłać każdorazowo komunikat SMS pod skrócony numer 5002 o treści 10, 50 lub 100 w zależności od wysokości kwoty, jaką planuje przeznaczyć na parkowanie. Z tej kwoty odliczane będą opłaty parkingowe.

Gdy usługa została aktywowana i konto zasilone, Abonent może przystąpić do korzystania z usługi IDEA WAPARK SMS. Kierowca wysyła wiadomość SMS, rozpoczynając i kończąc parkowanie, a opłata pobierana jest automatycznie z jego konta.

Aby rozpocząć naliczanie czasu i opłaty za parkowanie, Abonent musi wysłać komendę **SMS o treści „P" pod numer 5001**. Potwierdzeniem rozpoczęcia parkowania jest zwrotny komunikat SMS, przesyłany do Klienta. Abonent otrzymuje również informację o aktualnym stanie konta i limicie kredytowym.


SUPER EXPRESS

Koniec parkowania, należy zaznaczyć wysyłając komunikat **SMS z komendą „K" pod numer 5001**. Abonent otrzymuje potwierdzenie zakończenia parkowania, informację o długości czasu parkowania oraz pobranej opłacie. System automatycznie przerywa parkowanie na koniec każdego dnia, w przypadku kiedy kierowca zapomniał wysłać komendę kończącą parkowanie.

Stan konta można w każdej chwili sprawdzić poprzez wysłanie komunikatu **SMS z komendą „S" pod numer 5001**.

Idea.net

Usługa, która powstała we współpracy PTK Centertel i TP Internet, to połączenie zalet konta e-mail i telefonu komórkowego.

Oferuje ona Abonentom sieci Idea specjalne konta e-mail oraz szybki dostęp do nich, przy pomocy telefonu komórkowego. Wykorzystując wiadomości tekstowe SMS, można sprawdzać zawartość skrzynki e-mail, odczytywać otrzymaną pocztę i wysyłać wiadomości. Usługa jest dostępna w dwóch wariantach: bezpłatnym **E-mail SMS** (dla POP, Idea Optima, Meritum) oraz płatnym **Idea E-mail** (tylko dla Idea Optima i Meritum).

Użytkownik samodzielnie aktywuje, wybrany przez siebie, wariant Idea.net na stronie http://www.idea.net.pl

Użytkownik <u>**E-mail SMS**</u> otrzymuje **skrzynkę e-mail** o pojemności **10 MB**. Może wysyłać wiadomości e-mail z telefonu komórkowego, sprawdzać stan konta e-mail (otrzymać informacje o nowych wiadomościach, ich nadawcach i tematach, a także odczytać wiadomości do 640 pierwszych znaków) przy pomocy SMS-a, z określoną komendą pod numerem 874.

Większe możliwości oferuje <u>**Idea E-mail**</u>. Pojemność skrzynki e-mail jest w tej opcji dwukrotnie większa i wynosi **20 MB**. Oprócz wysyłania wiadomości i sprawdzania stanu konta przy pomocy SMS-ów, Użytkownik może otrzymywać automatyczne powiadomienie o nowych wiadomościach e-mail poprzez SMS-y. (Idealne rozwiązanie, jeśli ktoś nie dysponuje stałym dostępem do komputera podłączonego do Internetu). Powiadomienie następuje od razu po nadejściu wiadomości, lub też w ustalonych odstępach czasu. Można również określić filtry blokujące lub zapadki, przyspieszające powiadamianie o określonego typu wiadomościach. Idea E-mail obsługuje również protokół POP3 oraz IMAP4.

Miesięczny abonament za korzystanie z usługi wynosi tylko 5,00 zł netto. W ofercie Meritum jest objęta opłatą abonamentową.

W przypadku obu wariantów usługi Idea.net, Użytkownicy mogą stworzyć własną książkę adresową, ułatwiającą szybkie odnalezienie adresu czy wysyłanie grupowych wiadomości e-mail.

Bramka SMS

Internetowa Bramka SMS jest jedną z najpopularniejszych usług, działających w sieci Idea.

Podstawowe funkcje Bramki SMS:

- możliwość wysyłania wiadomości SMS do 640 znaków (4 SMS),
- funkcja aktywacji i dezaktywacji otrzymywania wiadomości SMS z Bramki,
- podpis (od kogo przychodzi SMS) – jest to dowolny tekst wpisywany przez Nadawcę
- możliwość definiowania okresu ważności SMS oraz czasu dostarczenia wiadomości do Odbiorcy,
- licznik pozostałych do wpisania znaków.

<u>Aby mieć możliwość otrzymywania SMS-ów wysyłanych z Bramki</u>, należy wysłać **SMS** o treści **INTERNET** pod numer **102**. Aktywuje to usługę **E-mail SMS STANDARD**, która pozwala na wysyłanie wiadomości e-mail z telefonu komórkowego.

Teraz, nawet nie posiadając w danej chwili dostępu do komputera, wystarczy wysłać wiadomość **SMS pod numer 102**, według schematu: <adres e-mailowy><spacja><treść wiadomości>

Wiadomość dojdzie w postaci e-maila pod adres podany w SMS-ie. Jest to funkcja dla osób, którym szczególnie zależy na szybkości przesyłania informacji.

Wiadomości SMS, wysyłane z Bramki, są anonimowe, nadawcą jest numer 102. Powoduje to wykorzystywanie Bramki SMS do robienia żartów. W takich przypadkach wystarczy wysłać SMS-a o treści „NIE" pod numer 102. Dojdzie wtedy do zablokowania funkcji wysyłania SMS-ów z Bramki pod numer nadawcy tej komendy.

Komenda „NIE" nie wyłącza całkowicie usługi E-mail SMS STANDARD, wyłącza jedynie możliwość otrzymywania SMS-ów z bramki SMS.

Usługa E-mail SMS STANDARD nie jest objęta abonamentem. Użytkownik płaci tylko za każdą, wysłaną z telefonu komórkowego, wiadomość SMS.

Transmisja danych i faksów

Usługi transmisji danych i faksów umożliwiają przesyłanie i odbieranie danych lub faksów przy pomocy telefonu komórkowego i połączonego z nim komputera PC, laptopa lub palmtopa. Pozwalają zatem stworzyć „przenośne biuro".

Aby skorzystać z tego udogodnienia, potrzebny jest telefon komórkowy, obsługujący transmisję danych. Telefon może komunikować się z komputerem przez kabel RS 232 lub port na podczerwień.

<u>W sieci Idea oferowane są 3 usługi, umożliwiające przesyłanie danych i faksów:</u>

standardowa transmisja danych – wysyłanie w formie elektronicznej wszelkiego rodzaju plików (np. tekstów czy zdjęć). Wysyłanie danych jest dostępne bez dodatkowej opłaty abonamentowej dla każdego Abonenta w sieci Idea. Standardowa transmisja pozwala również korzystać z zasobów Internetu.

SMS-y specjalne

Wysłanie krótkiej wiadomości tekstowej SMS pod specjalny, czterocyfrowy numer, pozwala skorzystać ze specjalnych usług. Najpopularniejsze z nich to Pocztówkowa Idea, szereg usług dotyczących programu Big Brother oraz Logo i Dzwonki MTV.

Pocztówkowa Idea – pozwala przesłać życzenia na kartce pocztowej pod wybrany adres. Usługa jest dostępna dla wszystkich Użytkowników sieci Idea. Kartkę wybiera się z kilku dostępnych kategorii, np. „Z okazji urodzin", „Kocham Cię", „Pozdrowienia z wakacji". Pocztówki są ładne i oryginalne, a co więcej, ich wzory często się zmieniają.

Aby zamówić wysłanie kartki, należy wysłać wiadomość **SMS** pod numer **7300**. Przyjęcie zamówienia jest zawsze potwierdzane SMS-em zwrotnym. Koszt wysłania pocztówki to 3,00 zł netto. SMS musi mieć następującą postać: **<rodzaj><adres> <treść><nadawca>**.

Rodzaj to symbol oznaczający kategorię pocztówki, **adres** to imię, nazwisko i miejsce zamieszkania Odbiorcy, **treść** to dowolny tekst na pocztówkę, a **nadawca** to podpis.

BIG BROTHER

– trwa druga edycja programu Big Brother. W związku z tym uruchomione zostały usługi oparte na SMS-ach Specjalnych.

Najpopularniejsza usługa – „**Ty wybierasz**" – znana z poprzedniej edycji programu. Użytkownicy sieci Idea, ponownie mają możliwość wpływu na wydarzenia w domu Wielkiego Brata. Wysyłając **SMS-a** pod numer **7222**, mogą decydować o tym, kto z grupy nominowanych przez współmieszkańców domu powinien go opuścić. W treści SMS-a należy wpisać numer przyporządkowany mieszkańcowi, na którego chce się oddać swój głos. Mieszkaniec, który otrzyma najwięcej głosów zostanie poproszony o opuszczenie domu. Cena za wysłanie jednego SMS-a wynosi 2 zł netto. Do Użytkowników, którzy wezmą udział w głosowaniu, zostanie wysłany SMS, potwierdzający ważność oddanego głosu. Każdy z głosujących ma szansę wygrania jednej z wielu atrakcyjnych nagród.

Na antenie TVN organizowany jest konkurs „**Czy wiesz wszystko o Big Brother?**". Polega on na sprawdzeniu znajomości programu wśród widzów. TVN prezentuje pytania wraz z proponowanymi odpowiedziami: A, B, C lub D, z których tylko jedna jest poprawna. Aby wziąć udział w konkursie, wystarczy wysłać **SMS-a** pod numer 7222. Treścią powinna być litera odpowiadająca poprawnej odpowiedzi. Cena SMS-a wynosi 2 zł netto. Wśród osób, które prawidłowo odpowiedzą na pytanie, zostaną rozlosowane liczne nagrody.

Kolejną usługą jest „**BB News**", po uaktywnieniu której Użytkownik każdego dnia, do końca trwania programu, otrzymywać będzie SMS-a z najświeższymi informacjami o mieszkańcach i wydarzeniach w domu Big Brother. Gdy w domu zdarzy się coś szczególnego, do Abonentów usługi zostanie wysłany dodatkowy SMS. Aby aktywować usługę, należy wysłać **SMS-a** o treści **BB** pod numer **7922**. Cena SMS-a wynosi 9 zł netto. Abonent otrzyma SMS-a zwrotnego z potwierdzeniem uaktywnienia serwisu. Użytkownik w każdej chwili może zrezygnować z tej usługi poprzez wysłanie SMS-a o treści BB pod numer 7022 (opłata – 50 groszy netto).

Nową usługą w ramach programu Big Brother jest serwis „**BB Dziennik**", którego aktywacja następuje poprzez wysłanie **SMS-a** pod numer **7922**, o treści **DXX**, gdzie XX oznacza numer, przyporządkowany do danego mieszkańca domu. Po uaktywnieniu usługi, Użytkownik otrzymywać będzie codziennie jednego SMS-a, z informacjami na temat wybranej osoby. Jeżeli jednak Użytkownik nie umie zdecydować się na konkretnego mieszkańca, może w treści SMS-a, aktywującego usługę, wpisać „MIX". Będzie on wtedy otrzymywać informacje na temat osoby losowo wybranej danego dnia. Cena aktywacji serwisu wynosi 9 zł netto. Użytkownik może zrezygnować z usługi i wysłać SMS-a o takiej samej treści, jak w przypadku aktywacji pod numer 7022 (opłata – 50 gr netto). Aby otrzymywać informacje o większej liczbie osób, należy wysłać odpowiednio większą liczbę SMS-ów aktywujących.

Kolejną nowością dla fanów programu Big Brother jest dostęp do zawartości serwisu internetowego BB poprzez SMS. Na stronie **www.bigbrother.onet.pl** znajduje się strefa, którą można przeglądać wpisując kod dostępu. Aby go otrzymać, należy wysłać **SMS-a** o treści **BB** pod numer **7226** lub **7926**. W odpowiedzi zostanie wysłany SMS zwrotny zawierający 16. cyfrowy kod, który należy wpisać w odpowiednie miejsce na stronie. W zależności od numeru, na który została wysłana komenda, kod będzie miał określony czas ważności. W przypadku numeru 7226 będą to 24 godziny (cena 2 zł netto), natomiast w przypadku numeru 7926 – 30 dni (9 zł netto).

Logo i Dzwonki MTV

Od 21 IX 2001 r. Użytkownicy sieci Idea mogą, za pomocą wiadomości SMS, pobierać na swój telefon komórkowy wybraną melodię lub logo. Aby otrzymać dzwonek, należy wysłać **SMS-em** odpowiednią komendę pod numer **7468**. Cena za wysłanie SMS-a wynosi 4 zł netto. Po wysłaniu go, Użytkownik otrzyma wybraną melodię lub logo. Lista dostępnych dzwonków, wraz z przyporządkowanymi komendami znajduje się na stronie internetowej **www.mtv.pl**. W serwisie dostępna jest bogata kolekcja melodii, działających w telefonach Nokia, Motorola i Sagem. ■

---

transmisja danych z dodatkowym numerem – wysyłanie i odbieranie plików. W tym przypadku Abonent otrzymuje specjalny numer, przeznaczony do odbierania połączeń przychodzących transmisji danych. Aby aktywować tę usługę, należy skontaktować się z Biurem Obsługi Klienta, pod bezpłatnym numerem *22. Abonament miesięczny wynosi 10 zł netto, a jednorazowa opłata aktywacyjna 50 zł netto. W ofercie Meritum aktywacja usługi jest bezpłatna.

transmisja faksów z dodatkowym numerem – wysyłanie oraz odbieranie faksów. W tym celu aktywowany zostaje dodatkowy numer, przeznaczony do odbierania połączeń przychodzących transmisji faksów. Umożliwia ona wysyłanie faksów z komputera, podłączonego do telefonu komórkowego, na zwykłe urządzenie faksowe lub odwrotnie. Aby uruchomić usługę, należy skontaktować się z Biurem Obsługi Klienta. Abonament miesięczny wynosi 10 zł netto, a jednorazowa opłata aktywacyjna 50 zł netto. W ofercie Meritum aktywacja jest bezpłatna.

Transmisja danych pozwala korzystać z zasobów sieci, umieszczonych na stronach www, przy pomocy komputera przenośnego (laptopa lub palmtopa) albo komputera stacjonarnego. Użytkownicy sieci Idea mogą połączyć się z Internetem za pomocą specjalnych numerów dostępowych, tj. +48501808080 oraz *888. ■

Pełne zestawienie usług opartych o SMS-y Specjalne

Usługi dostępne w ramach programu Big Brother

Ty Wybierasz
Możliwość decydowania, kto z grupy, nominowanych przez współmieszkańców, opuści dom Wielkiego Brata. Wysłanie SMS-a z numerem przyporządkowanym mieszkańcowi pod numer 7222 – 2 zł netto.

Konkurs „Czy wiesz wszystko o BB?"
Polega na sprawdzeniu wiedzy o programie Big Brother wśród widzów. Wysłanie odpowiedzi pod numer 7222 – 2 zł netto.

BB News
Codzienne SMS-y z informacjami o mieszkańcach i wydarzeniach w domu Wielkiego Brata. Aktywacja serwisu – wysłanie SMS-a o treści BB pod numer 7922 – 9 zł netto. Dezaktywacja – SMS o treści BB pod numer 7022 – 50 gr netto.

BB Dziennik
Codzienne SMS-y z informacjami na temat wybranego mieszkańca domu Big Brother. Aktywacja serwisu – wysłanie SMS-a o treści DXX (XX oznacza numer przyporządkowany danemu mieszkańcowi) pod numer 7922 – 9 zł netto. Dezaktywacja – SMS o takiej samej treści, co aktywujący usługę pod numer 7022 – 50 gr netto. Dostępna jest również komenda MIX, która aktywuje serwis dla, losowo wybranego w danym dniu, mieszkańca.

Dostęp do płatnej części serwisu internetowego BB
Uzyskanie kodu dostępu do płatnej części serwisu www.bigbrother.onet.pl. SMS o treści BB pod numer 7226 – otrzymanie kodu ważnego przez 24 godziny – 2 zł netto. SMS o treści BB pod numer 7926 – kod ważny 30 dni – 9 zł netto.

Inne usługi

Pocztówkowa Idea
Umożliwia zamówienie wysłania kartki pocztowej do wskazanego adresata. Wysłanie SMS-a pod numer 7300 – 3 zł netto.

Logo i Dzwonki Tenbit
Możliwość pobrania logotypów i dzwonków, dostępnych na stronie www.tenbit.pl na telefony Nokia i Motorola. Wysłanie SMS-a z odpowiednią komendą pod numer 7144 – 1 zł netto lub 7244 – 2 zł netto).

Logo i Dzwonki MTV
Możliwość pobrania dzwonków, dostępnych na stronie www.mtv.pl na telefony Nokia, Motorola i Sagem. Wysłanie SMS-a z odpowiednią komendą pod numer 7468 – 4 zł netto.

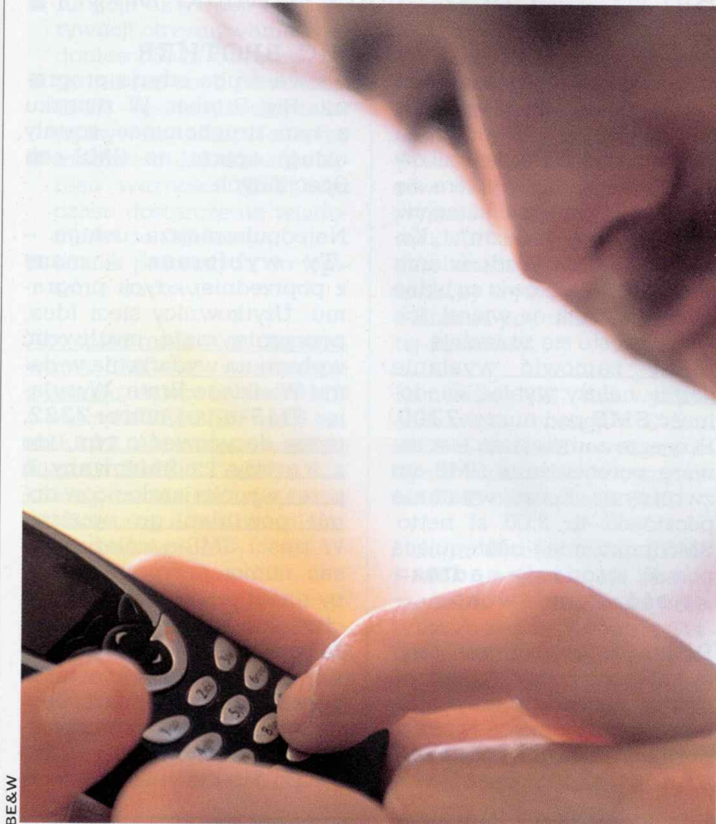
Liga+ SMS
Dostępne dwa serwisy. GOL – otrzymywanie za pomocą SMS-ów wszystkich rezultatów meczów piłki nożnej, rozgrywanych w trakcie aktualnej kolejki Ligi Polskiej. Aktywacja – SMS o treści GOL pod numer 7620 – 6 zł netto.

Serwis KLUB – otrzymywanie wiadomości SMS o rezultatach wszystkich meczów wybranej drużyny z pierwszej Ligi Polskiej, które odbędą się do końca Rundy Jesiennej sezonu 2001/2002. Aktywacja – SMS zawierający w treści nazwę klubu pod numer 7920 – 9 zł netto.

Fakty TVN
Dwie wiadomości SMS dziennie, zawierające najważniejsze wydarzenia dnia oraz prognozę pogody na następny dzień. Aktywacja – SMS o treści FAKTY pod numer 7924 – 9 zł netto. Dezaktywacja – SMS o treści FAKTY pod numer 7024 – 50 gr netto.

Serwis Konflikt
Wiadomości SMS z bieżącymi informacjami na temat wydarzeń po zamachu terrorystycznym na World Trade Center w Nowym Yorku. Aktywacja – SMS o treści KONFLIKT pod numer 7910 – 9 zł netto. Dezaktywacja – SMS o treści KONFLIKT pod numer 7010 – 50 gr netto.

Last Minute SMS
Wiadomości SMS zawierające oferty Last Minute renomowanych biur podróży. Aktywacja – SMS o treści LM pod numer 7355 – 3 zł netto.


BE&W

Radioemisja
Możliwość odsłuchiwania utworów muzycznych za pośrednictwem Internetu. SMS pod numer 7410 – dwugodzinny dostęp do płytoteki – 4 zł netto.

Aukcja Tenbit
Możliwość wzięcia udziału w licytacji przedmiotów prezentowanych w programie Tenbit.pl za pomocą SMS. Wysłanie SMS-a z ofertą pod numer 7344 – 3 zł netto.

„Za dużo, za mało" – konkurs RMF FM
Konkurs polegający na wytypowaniu liczby wylosowanej danego dnia. Wysłanie SMS-a z propozycją pod numer 7271 – 2 zł netto. W treści SMS-a, do proponowanej liczby można dołączyć pozdrowienia. Niektóre z nich zostaną zaprezentowane na antenie radia.

Podróże Hanki Bielickiej
Konkurs Radia Zet, polegający na odgadnięciu, na podstawie relacji Hanki, miejsca jej pobytu. Wysłanie SMS-a z nazwą państwa pod numer 7210 – 2 zł netto.

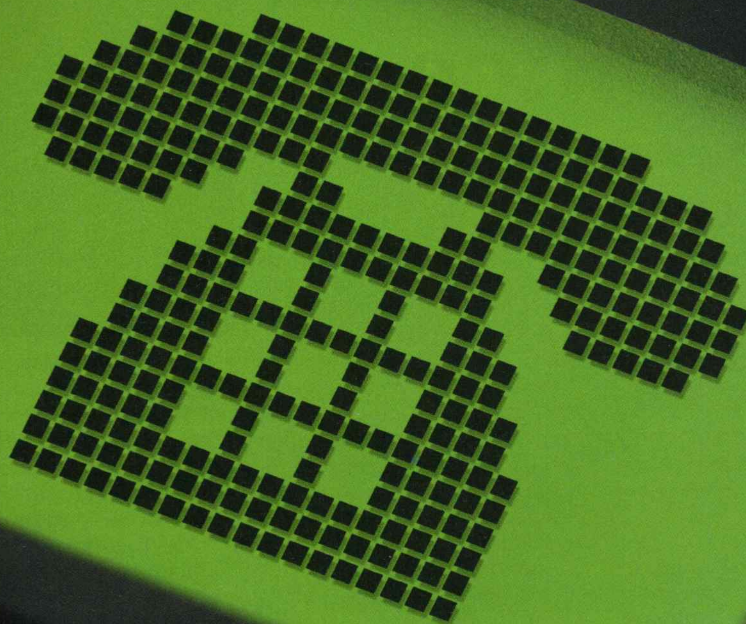
Klub Polsat SMS
Możliwość przystąpienia do Klubu Polsatu. Wysłanie SMS-a pod numer 7143 – 1 zł netto.

Losowania Polsat
Losowania i konkursy na antenie telewizji Polsat. Odpowiedź należy wysłać pod numer 7543 oraz 7557 – 5 zł netto.

PKP SMSInfo
Informacja o odjazdach pociągów PKP. Wysłanie SMS-a pod numer 7117 – 1 zł netto.

Konkurs Radia Zet
Konkurs na antenie radia Zet, polegający na odpowiedzi na pytanie zadane na antenie. Odpowiedź należy wysłać pod numer 7310 – 3 zł netto.

W twoim domowym telefonie ktoś na ciebie czeka.



łączy nas coraz więcej

Poczta Głosowa to nowa usługa Telekomunikacji Polskiej S.A. Dzięki niej zawsze jest z Tobą kontakt, bo nagrane wiadomości czekają na Ciebie w domowym telefonie. Poczta Głosowa umożliwia zostawienie wiadomości wtedy, gdy nikogo nie ma w domu, kiedy telefon jest wyłączony lub zajęty. Odsłuchiwanie wiadomości z własnego aparatu jest bezpłatne. Jeśli masz telefon komórkowy w sieci Idea - o przyjściu każdej wiadomości na Pocztę Głosową w domowym telefonie może poinformować Cię sms. Zawiera on informacje: ile jest wiadomości, kto jest ich nadawcą oraz kiedy przyszły. Informacja dotrze do Ciebie sama, gdziekolwiek jesteś. Usługę pocztagłosowa sms można zamówić w Biurze Obsługi Klientów TP S.A. Więcej informacji pod bezpłatnym numerem **0-800 150 150** i w internecie **www.tpsa.pl/poczta_glosowa**.

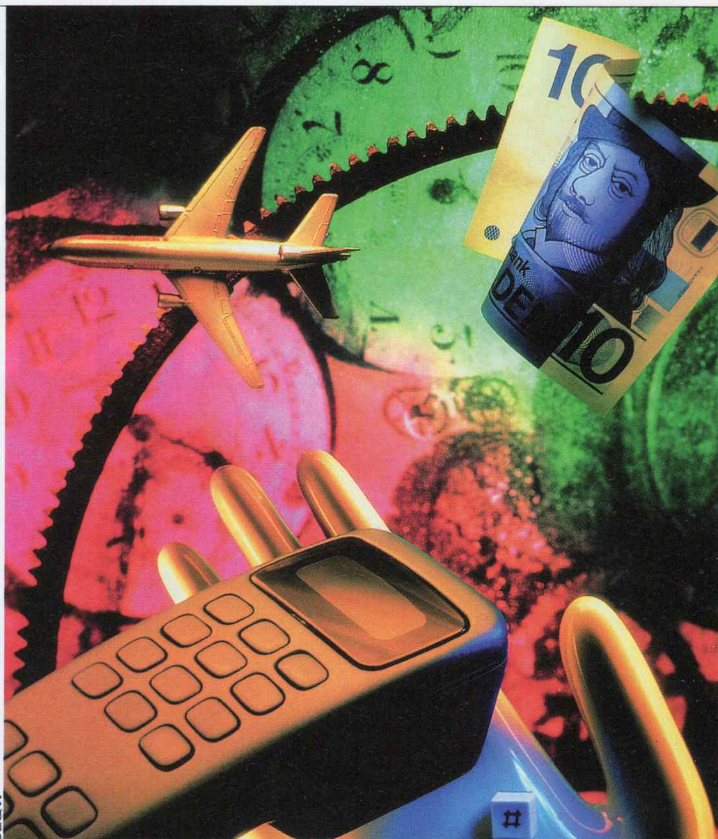
IDEA
Ciągle nowe pomysły

POCZTA GŁOSOWA

TELEKOMUNIKACJA POLSKA S.A.

Dynamiczny rozwój rynku telekomunikacji oraz jego liberalizacja sprawiają, iż operatorzy na całym świecie wzbogacają swoją ofertę. Wprowadzają zróżnicowane plany taryfowe, usługi dodane, atrakcyjne promocje, podnoszą poziom obsługi klienta. Ciekawą propozycję dla użytkowników kart POP przygotowuje Idea. Już wkrótce będą mogli oni korzystać z roamingu, usługi do tej pory zarezerwowanej dla abonentów post-paid.

Z POP-em za granicę


BE&W

Agnieszka Bilska

Usługi dodane to wszystkie rodzaje usług, które wykraczają poza tradycyjne połączenie głosowe. Zaliczają się do nich: przekierowanie połączeń, transmisja danych, połączenia konferencyjne, poczta głosowa itd. Rosnącą popularnością cieszą się usługi typu pre-paid, czyli wykonywanie połączeń przy użyciu karty o określonej liczbie impulsów.

System pre-paid ma wiele zalet. Użytkownik na bieżąco kontroluje wysokość rachunku, nie dotykają go formalności związane z zakupem telefonu. Dzięki udostępnieniu roamingu, oferta pre-paid poszerzy się jeszcze o obszar dostępny dotychczas tylko dla abonentów post-paid.

Roaming dla użytkowników kart POP

Już wkrótce, Idea wprowadzi dla swoich klientów nową usługę, której celem jest stworzenie możliwości korzystania z roamingu międzynarodowego dla właścicieli kart POP. Implementacja tej usługi pozwoli na wysyłanie i odbieranie wiadomości SMS przez użytkowników POP, przebywających za granicą.

Aktywacji roamingu międzynarodowego będzie mógł dokonać każdy użytkownik POP, dzwoniąc pod numer *111 i wybierając odpowiednią opcję. Jednocześnie na koncie jego zostanie zablokowana kwota depozytu roamingowego. Klienci, którym podczas pobytu za granicą skończy się limit na koncie, będą mogli je doładować za pomocą POP karty, którą powinni mieć przy sobie, lub poprzez usługę „Dzięki Tobie", która pozwala doładować konto innego użytkownika.

Z dowolnego telefonu komórkowego lub stacjonarnego (z wyjątkiem własnego telefonu POP), użytkownik, po wybraniu numeru +48501700700, będzie mieć do wyboru opcje:

1. informacje o usłudze pop (0)
2. zwiększenie/odnowienie limitu (9)

Klient wybierze najpierw opcję zwiększenia limitu, następnie poda numer telefonu, który chce doładować. Po wpisaniu numeru telefonu i potwierdzeniu krzyżykiem, Automatyczne Biuro Klienta poprosi o wpisanie 14-cyfrowego kodu z POPkarty w celu zwiększenia limitu.

Po każdorazowym doładowaniu konta, użytkownik otrzyma bezpłatną wiadomość tekstową o doładowaniu (wartość limitu na koncie + czas na jego wykorzystanie). Jeśli w trakcie korzystania z telefonu, wartość na koncie użytkownika spadnie poniżej limitu, będzie to oznaczać automatyczną deaktywację usługi do momentu ponownego zwiększenia limitu na koncie. Jeśli w tym czasie użytkownik wyśle wiadomość, której wartość stworzy na jego koncie kwotę ujemną, kwota ta zostanie pokryta z depozytu roamingowego.

W celu odblokowania kwoty depozytu, należy po powrocie z zagranicy deaktywować usługę roamingu, dzwoniąc pod numer *111 i wybierając odpowiednie opcje. W wyniku tej operacji możliwość korzystania z telefonu za granicą zostanie uniemożliwiona, a kwota depozytu zostanie odblokowana po kilku dniach.

Właściciele kart POP, wyjeżdżający za granicę, będą mogli korzystać tylko z sieci, specjalnie przetestowanych, w zakresie działania systemu pre-paid. O liczbie operatorów i krajów, w których będzie dostępny roaming dla użytkowników POP będziemy informować na bieżąco. W pierwszej kolejności będą to kraje europejskie, tj. Włochy, Niemcy, Wlk. Brytania, Francja i Szwajcaria.

Nowy roaming

INDIE

Bharti Mobinet Limited
GSM 900
Kod sieci: 404 40
Nazwa sieci: AirTel lub Skycell
Telefony: 123, +91 98400 12345 (BOK)
Rozmowy krajowe: 3,24
Rozmowy do Polski: 8,64 (8,10)
SMS (wychodzący): 0,34

Wszystkie opłaty za połączenia podane są w złotówkach. Należy do nich doliczyć 15% narzutu administracyjnego i podatek VAT (22%) od narzutu (czyli – w uproszczeniu – 18,3%). Podane stawki ustalają poszczególni operatorzy i mogą one ulegać zmianom. Szczegółowe i aktualne informacje na temat stawek poszczególnych sieci można także uzyskać pod numerem bezpłatnych infolinii i w Internecie (www.idea.pl; plik w formacie MS Excel).

Zostańmy Razem – Pakiet Bezpłatnych Minut

Oferta dla stałych Abonentów sieci Idea

Robert Zadrożny

Oferta „Zostańmy Razem – pakiet bezpłatnych minut" to dobry sposób na obniżenie kosztów korzystania z telefonu komórkowego. Klient otrzymuje dodatkowe, bezpłatne pakiety minut połączeń w ramach dotychczasowego abonamentu przez kolejne 24 miesiące.

Co można zyskać?

Wybierając ofertę „Zostańmy Razem – pakiet bezpłatnych minut", Abonent oferty Idea Optima zyskuje w każdym miesiącu dodatkowe bezpłatne minuty. Co miesiąc, przez kolejne 24 miesiące, może zwiększać czas połączeń nawet o 50 minut w ramach dotychczasowej opłaty abonamentowej. Liczba dodatkowych minut jest uzależniona od planu taryfowego, z jakiego korzysta Abonent. Zmiana planu taryfowego powoduje automatyczną zmianę wielkości pakietu.

Na przykład Abonent planu taryfowego Idea Optima 60, po zamówieniu pakietu bezpłatnych minut, będzie mógł wykorzystać w każdym miesiącu łącznie aż 75 minut. Dodatkowe minuty (podobnie jak minuty podstawowe) wchodzą w skład tzw. Kapitału Minut – to znaczy, że jeśli Abonent nie wykorzysta wszystkich minut w danym miesiącu, będzie mógł je wykorzystać w miesiącu następnym. Jak łatwo policzyć, każdy Abonent Optimy 60, który skorzysta z oferty przez kolejne 24 miesiące, otrzyma łącznie 360 minut gratis, czyli 6 godzin dodatkowych rozmów!

Jeśli Abonent zmieni plan taryfowy, np. na wyższy, automatycznie otrzyma więcej minut dodatkowych. W przypadku zmiany planu taryfowego na Idea Optima 360 pakiet miesięczny dodatkowych minut wzrośnie z 15 aż do 50! Podobnie przy zmianie planu taryfowego na niższy – liczba dodatkowych minut będzie zawsze odpowiadać aktualnemu planowi taryfowemu, z którego korzysta Abonent.

Oferta „Zostańmy Razem – pakiet bezpłatnych minut" daje uczestnikom programu Idea Profit możliwość zdobycia dodatkowych punktów. Każdy Uczestnik programu otrzyma dodatkowo 500 punktów Profit.

Kto może skorzystać z oferty?

Oferta jest dostępna dla dotychczasowych Abonentów Idea Optima. Warunkiem skorzystania z niej jest terminowe opłacanie rachunków za telefon, zakończenie okresu promocyjnego wynikającego z „Umowy na czas określony" (lub okres ten upływa w ciągu najbliższych 30 dni) oraz podpisanie „Aneksu do umowy o świadczenie usług".

Podpisanie aneksu gwarantuje Abonentom otrzymywanie bezpłatnych minut przez kolejne 24 miesiące, podczas gdy zobowiązują się korzystać z usług sieci Idea tylko przez 12 miesięcy. O możliwości skorzystania z oferty „Pakiet Bezpłatnych Minut" przypomnimy w formie wiadomości SMS.

W jaki sposób zamówić pakiet bezpłatnych minut?

Zamówienie pakietu bezpłatnych minut jest bardzo proste – wystarczy zadzwonić pod specjalny numer programu „Zostańmy Razem" 501 400 400. Konsultant programu przyjmie od zainteresowanych zamówienie na „Pakiet Bezpłatnych Minut" i przygotuje komplet dokumentów konieczny do aktywacji usługi.

Jak wygląda realizacja zamówienia ?

Dokumenty zostaną wysłane na wskazany przez Abonenta adres pocztą. Niezwłocznie po otrzymaniu podpisanych dokumentów aktywujemy usługę, a dodatkowe, bezpłatne pakiety minut, zostaną udostępnione począwszy od nowego okresu rozliczeniowego.

Ofertę „Zostańmy Razem – Pakiet bezpłatnych minut" można aktywować w dowolnym Salonie Sprzedaży sieci Idea. Pełną listę adresową Salonów Firmowych znajdziecie Państwo na str. 5.


BE&W

Więcej informacji na temat oferty „Zostańmy Razem – Pakiet bezpłatnych minut" oraz innych ofert dla naszych stałych Abonentów, można uzyskać pod numerem telefonu 501 400 400, lub w Internecie na stronie www.idea.pl.

Liczba bezpłatnych minut dla planów taryfowych Idea Optima

Plan taryfowy	Standardowy pakiet bezpłatnych minut połączeń w ramach abonamentu	Minuty dodatkowe w ramach oferty „Zostańmy Razem" w poszczególnych planach taryfowych	Łączna liczba bezpłatnych minut połączeń w ramach abonamentu
Idea Optima 30	30 minut	+ 10 minut	40 minut
Idea Optima 60	60 minut	+ 15 minut	75 minut
Idea Optima 120	120 minut	+ 20 minut	140 minut
Idea Optima 180	180 minut	+ 30 minut	210 minut
Idea Optima 240	240 minut	+ 35 minut	275 minut
Idea Optima 360	360 minut	+ 50 minut	410 minut

Nie każdy wie, że można już dzisiaj nie pamiętać o konieczności uregulowania rachunku, o terminie płatności, o męczących wizytach w banku lub poczcie, o wystawaniu w kolejkach. Wystarczy wiedzieć i pamiętać o bezgotówkowych formach rozliczeń.

Bezgotówkowe formy płatności

Sylwia Szumigalska

Polecenie zapłaty

Jest to najwygodniejsza i najbezpieczniejsza forma regulowania należności za rachunki telefoniczne w sieci Idea. Forma ta, niezwykle popularna w krajach Europy Zachodniej, rewolucjonizuje teraz polski rynek rozliczeń bezgotówkowych. Sieć Idea ma duże doświadczenie w tej dziedzinie, ponieważ wprowadziła możliwość bezpłatnego korzystania z usługi „Polecenie zapłaty" już dwa lata temu, jako pierwszy operator telefonii komórkowej.

Jakie daje korzyści?

Regulowanie należności poprzez „Polecenie Zapłaty" uwalnia od konieczności pamiętania o terminach płatności. Pozwala zaoszczędzić czas, który do tej pory trzeba było spędzać w banku lub na poczcie, wypełniając druki i stojąc w kolejkach. „Polecenie Zapłaty", to również ograniczenie do niezbędnego minimum formalności, związanych z włączeniem usługi. Tę formę płatności wyróżnia także szczególnie wysoki poziom bezpieczeństwa przeprowadzanych transakcji, jako że są one wnikliwie weryfikowane. Regulowanie należności za faktury telekomunikacyjne w drodze „Polecenia Zapłaty", pozwala obniżyć koszty usług bankowych, ponieważ PTK Centertel nie pobiera żadnych opłat od Abonentów chcących korzystać z „Polecenia Zapłaty". Opłata, pobierana przez bank za dokonywane w ten sposób płatności, jest z reguły niższa niż opłaty za inne usługi płatnicze. Niektóre banki realizują ją bezpłatnie.

Ta forma płatności gwarantuje też rozsądne i efektywne gospodarowanie środkami pieniężnymi na rachunku bankowym, ponieważ transakcja zostaje realizowana w ostatnim dniu terminu płatności faktury.

Dodatkowe benefity, wynikające z korzystania z tej formy płatności, to Punkty w Programie Idea Profit. Pierwsza płatność, zrealizowana poprzez „Polecenie Zapłaty", jest specjalnie premiowana 550. punktami w Programie Idea Profit. Każda kolejna faktura, zapłacona w ten sposób, to 50 dodatkowych punktów w Programie. Punkty zmieniają się w pieniądze, które można wydać ponownie.

Na czym polega?

„Polecenie Zapłaty" to praktyczna i bezpieczna forma płatności, świadczona przez PTK Centertel w porozumieniu z bankami, które obsługują tę usługę. Polega ona na bezpośrednim obciążaniu przez PTK Centertel konta bankowego Abonenta, kwotami wynikającymi z comiesięcznych rachunków za usługi telekomunikacyjne. Istotne jest to, że płatność dokonywana jest automatycznie w ostatnim dniu terminu płatności faktury, co gwarantuje rozsądne i efektywne gospodarowanie środkami pieniężnymi na rachunku bankowym Abonenta.

Jak działa?

Abonent, który chciałby skorzystać z usługi „Polecenie Zapłaty", powinien przysłać do PTK Centertel poprawnie wypełnione formularze. Od tego momentu całość procesu koordynuje PTK Centertel. Po sprawdzeniu zgodności danych, wpisanych do formularzy, następuje wysłanie ich do banku Abonenta. Jeśli formularze wypełnione są poprawnie, a wpisane dane oraz podpis właściciela rachunku są zgodne z danymi posiadanymi przez bank, następuje włączenie usługi.

Od tej pory, płatność za każdą następną fakturę będzie inicjowana przez PTK Centertel, który w ostatnim dniu terminu płatności faktury, będzie zlecać swojemu bankowi pobranie określonej kwoty z rachunku bankowego Abonenta. Bank PTK Centertel prześle polecenie zapłaty do banku Abonenta, gdzie dokonana zostanie weryfikacja danych. Pozytywny wynik weryfikacji oznacza akceptację transakcji.

W przypadku jakichkolwiek wątpliwości, np. niezgodności danych, braku upoważnienia lub wystarczających środków na rachunku Abonenta, bank zgłasza ten fakt do PTK Centertel, który niezwłocznie informuje Abonenta o braku możliwości dokonania płatności w drodze „Polecenia Zapłaty". Abonent cały czas będzie otrzymywał faktury za usługi telekomunikacyjne, co umożliwi stałe i łatwe kontrolowanie poprawności wystawianych faktur.

Dla kogo jest?

Z „Polecenia Zapłaty" może korzystać każdy, kto posiada konto w banku, realizującym tę usługę oraz prześle do PTK Centertel poprawnie wypełnione formularze. Każdy, kto zamiast stać w kolejkach do okienka, woli robić rzeczy na które wciąż brakuje czasu. Każdy, kto nie lubi martwić się o terminowe regulowanie należności, a chciałby mieć pewność efektywnego i bezpiecznego gospodarowania środkami na własnym rachunku bankowym.

Co trzeba zrobić, aby mieć?

Aby móc dokonywać płatności w drodze „Polecenia Zapłaty", nie trzeba nawet odwiedzać swojego banku. Wystarczy sprawdzić, czy na zamieszczonej obok liście banków, świadczących taką usługę, znajduje się ten, który prowadzi Państwa konto osobiste. Następnie należy zgłosić chęć korzystania z tej formy płatności, kontaktując się z Biurem Obsługi Klienta, pod bezpłatnym numerem *22 lub *525 (numer dla Abonentów oferty Meritum). Wraz z kolejną fakturą zostanie przesłana do Państwa ulotka informacyjna oraz dwa, częściowo wypełnione upoważnienia.

Kolejnym krokiem jest wypełnienie przesłanych upoważnień, czyli wpisanie drukowanymi literami nazwy swo-

Banki, które realizują usługę Polecenie Zapłaty (Direct Debit):

ABN AMRO BANK
AIG Bank Polska
Bank Częstochowa
Bank Gospodarki Żywnościowej
Bank Handlowy w Warszawie
Bank Inicjatyw Społeczno-Ekonomicznych
Bank Ochrony Środowiska
Bank Pocztowy
Bank Polska Kasa Opieki SA
Bank Przemysłowo-Handlowy
Bank SPOŁEM SA
Bank Spółdzielczy
Bank Współpracy Europejskiej
Bank Współpracy Regionalnej
Bank Zachodni WBK
Bankgesellschaft Berlin (Polska)
BIG Bank GDAŃSKI
BNP – Dresdner Bank
BRE Bank
Citibank - Bank Handlowy
Credit Lyonnais Bank
CUPRUM – BANK
Danskie Bank Polska
DaimlerChrysler Services (debis) Bank Polska
Deutsche Bank Polska
Dolnośląski Bank Regionalny
Fortis Bank
GE Capital Bank
Gospodarczy Bank Południowo-Zachodni
Górnośląski Bank Gospodarczy
ING Bank Śląski
INVEST-BANK
Kredyt Bank
Lubelski Bank Regionalny
Lukas Bank Świętokrzyski
Małopolski Bank Regionalny SA
Mazowiecki Bank Regionalny
OPEL BANK
Polski Kredyt Bank
Powszechna Kasa Oszczędności – Bank Polski
Powszechny Bank Kredytowy

jego banku oraz numeru rachunku bankowego.

Na przesyłanych upoważnieniach wymagane jest także złożenie własnoręcznego podpisu, zgodnego z podpisem złożonym w karcie wzoru podpisu, w Państwa oddziale bankowym. Wypełnione upoważnienia należy przesłać do PTK Centertel.

Drugim rozwiązaniem jest zgłoszenie chęci korzystania z usługi „Polecenie zapłaty" podczas wizyty w Biurze Obsługi Posprzedażnej lub w Salonie Sprzedaży PTK Centertel, gdzie można wypełnić upoważnienia i zostawić je pracownikowi firmy.
Od tego momentu to PTK Centertel będzie dbał o to, aby Państwa rachunki były regulowane terminowo.

Gdy na fakturze pojawi się napis „płatność w drodze „Polecenia Zapłaty", będziecie Państwo mogli zapomnieć o swoich rachunkach.

Stałe zlecenie obciążenia karty kredytowej

Bezgotówkowa forma płatności, dostępna jest dla wszystkich posiadaczy tzw. wypukłych kart płatniczych w systemach: Diners Club, EuroCard/Master Card, JCB, PBK Styl Herrnes, Polcard, Visa. Regulowanie należności będzie następowało wraz z upływem terminu płatności faktury. Pierwsza płatność, zrealizowana w tej formie, jest specjalnie premiowana 450. punktami w programie Idea Profit. Premiowane 50. punktami są także kolejne, opłacane w ten sposób rachunki. Punkty zmieniają się w pieniądze, które można wydać ponownie. Aby korzystać z tej formy rozliczeń, należy wypełnić druk upoważnienia do obciążenia karty płatniczej, dostępny w punktach sprzedaży sieci Idea. Druk upoważnienia można także otrzymać kontaktując się z Biurem Obsługi Klienta pod numerami *22 lub *525 (numer dla Abonentów Meritum).

Wypełniony druk należy przesłać do PTK Centertel, pod adres umieszczony na upoważnieniu. Usługa nie jest dostępna dla posiadaczy kart: Maestro (Pekao S.A.), PolkardBIB/Tempo, Sezam, Student, Visa Elektron.

Stałe zlecenie obciążenia Rachunku Oszczędnościowo-Rozliczeniowego

Aby korzystać z tej formy płatności, należy zgłosić w swoim banku dyspozycję, dotyczącą stałego zlecenia oraz przesłać faksem do PTK Centertel, pod numer 022 634 27 06, wystawione przez Państwa, upoważnienie do przesyłania do banku faktur za usługi telekomunikacyjne. Upoważnienie powinno zawierać następujące dane:

- numer konta abonenckiego,
- numer telefonu komórkowego,
- imię i nazwisko,
- adres zamieszkania,
- nazwę i adres banku,
- numer Państwa rachunku bankowego,
- informację, iż przesłany dokument upoważnia PTK Centertel do przesyłania faktur do Państwa banku,
- datę i podpis właściciela telefonu.

Przelew bankowy

Przy każdej fakturze znajdą Państwo znormalizowany, wypełniony druk polecenia przelewu, który należy wykorzystać, dokonując płatności w banku. Druk polecenia przelewu zawiera wszystkie informacje, niezbędne do dokonania płatności za fakturę.

Zlecenie przez telefon

Coraz więcej banków oferuje możliwość realizacji płatności przez telefon. Pozwala to swobodnie zarządzać własnymi płatnościami w dowolnym czasie i w dowolnym miejscu.

W celu realizacji tego typu zlecenia należy podać pełną informację, zawierającą:

- numer rachunku odbiorcy umieszczony na druku polecenia przelewu,
- numer faktury,
- kwotę przelewu.

Dla tych Państwa, którzy nie mogą lub nie chcą powierzyć instytucjom bankowym regulowania należności za usługi telekomunikacyjne, istnieją alternatywne możliwości opłacania rachunków.

UPOWAŻNIENIE

Niniejszym upoważniam

PTK Centertel Sp. z o.o.
01-230 Warszawa ul. Skierniewicka 10 A

Identyfikator wierzyciela (NIP): 5 2 7 0 2 0 6 8 7 2

do obciążania wskazanego poniżej rachunku bankowego w drodze polecenia zapłaty, kwotami wynikającymi z moich zobowiązań w umownych terminach zapłaty, zgodnie z przesyłanymi mi fakturami/rachunkami

JAN KOWALSKI
UL. AKACJOWA 24 M 5
00-000 WARSZAWA
Nazwa i dokładny adres dłużnika

99999999-000000-99-00
Numer rachunku bankowego dłużnika

BKR I o/Warszawa
Nazwa banku prowadzącego rachunek bankowy dłużnika

Identyfikator płatności: 1. 0 0 0 0 0 0

Niniejszy dokument stanowi jednocześnie upoważnienie dla wskazanego powyżej banku do obciążania mojego rachunku bankowego w drodze polecenia zapłaty z tytułu moich zobowiązań wobec ww. wierzyciela.
Odwołanie upoważnienia wymaga formy pisemnej, pod rygorem nieważności.

WARSZAWA 15/11/2001
(miejsce i data)

(podpis dłużnika - posiadacza rachunku bankowego)

otrzymuje wierzyciel

UPOWAŻNIENIE

Niniejszym upoważniam

PTK Centertel Sp. z o.o.
01-230 Warszawa ul. Skierniewicka 10 A

Identyfikator wierzyciela (NIP): 5 2 7 0 2 0 6 8 7 2

do obciążania wskazanego poniżej rachunku bankowego w drodze polecenia zapłaty, kwotami wynikającymi z moich zobowiązań w umownych terminach zapłaty, zgodnie z przesyłanymi mi fakturami/rachunkami

JAN KOWALSKI
UL. AKACJOWA 24 M 5
00-000 WARSZAWA
Nazwa i dokładny adres dłużnika

99999999-000000-99-00
Numer rachunku bankowego dłużnika

BKR I o/Warszawa
Nazwa banku prowadzącego rachunek bankowy dłużnika

Identyfikator płatności: 1. 0 0 0 0 0 0

Niniejszy dokument stanowi jednocześnie upoważnienie dla wskazanego powyżej banku do obciążania mojego rachunku bankowego w drodze polecenia zapłaty z tytułu moich zobowiązań wobec ww. wierzyciela.
Odwołanie upoważnienia wymaga formy pisemnej, pod rygorem nieważności.

WARSZAWA 15/11/2001
(miejsce i data)

(podpis dłużnika - posiadacza rachunku bankowego)

otrzymuje bank dłużnika

te pola wypełnia Wierzyciel

te pola wypełnia Dłużnik

Wpłaty w Salonie PTK Centertel

W kasach Salonów PTK Centertel mogą Państwo regulować rachunki kartą płatniczą lub gotówką. Należy przynieść ze sobą druk polecenia przelewu, który został dołączony do faktury.

Wpłaty na poczcie

Przy każdej fakturze znajdą Państwo znormalizowany, wypełniony druk polecenia przelewu, który można wykorzystać na poczcie. Druk polecenia przelewu zawiera wszystkie informacje, niezbędne do dokonania płatności za fakturę. Z uwagi na wydłużony czas przepływu Państwa płatności, wpłaty na poczcie prosimy dokonywać zaraz po otrzymaniu faktury.

Wysyłanie SMS-ów szybko stało się popularne. Za ich pośrednictwem przekazujemy wiadomości, zdobywamy informacje, zamawiamy usługi, uczestniczymy w konkursach.

SMS - PORADNIK DLA POCZĄTKUJĄCYCH

MARIUSZ DITKOWSKI

Ustawienie parametrów SMS

W każdym telefonie należy wpisać numer centrum SMS +48501200777, ustawić typ wysyłanej wiadomości (najczęściej tekst lub standard) oraz czas ważności, czyli maksymalny czas, w jakim wiadomość ma być dostarczona. Jeżeli przed upływem tego czasu nie uda się dostarczyć wiadomości, zostanie ona skasowana w centrum SMS. Wysokości limitów uzależnione są od typu aparatu, a maksymalny czas ważności wynosi 72 godziny (każda nowa karta SIM w sieci Idea jest właściwie skonfigurowana i nie ma potrzeby ręcznego ustawiania parametrów SMS).

Sposób zapisu numeru adresata

Przy wysyłaniu SMS-ów pod numery komórkowe, należy wpisywać numer adresata wraz z prefiksem międzynarodowym. W przypadku numerów polskich telefonów komórkowych będzie to +48, np. +48501123456. Najlepiej od razu wpisać numery z prefiksem międzynarodowym do pamięci telefonu (karta SIM). Znacznie ułatwi to wysyłanie SMS-ów i korzystanie z telefonu za granicą, nie powodując żadnych dodatkowych kosztów. W żadnym wypadku nie wolno poprzedzać numeru cyfrą „0".

Wiadomości pod numery specjalne, takie jak np. 333, 103, wysyła się bez prefiksu międzynarodowego.

Raport doręczeń to SMS, zawierający informacje o statusie wysłanej wiadomości. Innymi słowy, powiadamia on czy informacja dotarła do odbiorcy.

Podstawowe informacje w raportach mają następującą postać:

- oczekuje; SMS nie został jeszcze dostarczony, np. adresat ma wyłączony telefon,
- doręczono; SMS został dostarczony do adresata (nie daje pewności, że SMS został odczytany),
- nieudane; SMS nie został dostarczony, np z powodu upływu czasu ważności.

SMS-y z raportem doręczenia są bezpłatne i w większości aparatów funkcja ich otrzymywania może być włączana lub wyłączana w opcjach menu. Raport doręczeń można uzyskać również wpisując na początku tekstu SMS-a komendę *nm#.

Skrócona instrukcja zarządzania SMS-ami dla Nokii serii 33xx (3310 i 3330) oraz Panasonica GD93

NOKIA serii 33xx (3310, 3330)

1. Ustawienia parametrów SMS:

Menu → Wiadomości → Ustawienia wiadomości → SMSC CENTER. → Numer centrum serwisu (ustawić na: +48501200777) → Wiadomości wysyłane jako (ustawić na: Tekst) → Ważność wiadomości (wybierz opcje)

2. Wysyłanie wiadomości:

a) Wiadomości tekstowe Menu → Wiadomości → Wpisz wiadomość → Opcje → Wyślij → Znajdź (aby wybrać numer z książki telefonicznej) lub wpisz numer adresata (przyciskiem „#" można sterować klawiaturą – przechodzić od dużych do małych liter, włączać i wyłączać tryb wpisywania cyfr).

b) Wiadomości graficzne Menu → Wiadomości → Wiadomości graficzne (wybierz wiadomość, którą chcesz wysłać)

Wysłanie jednej wiadomości graficznej w Nokii kosztuje tyle co 3 SMS-y standardowe, a jeżeli do grafiki dodany zostanie tekst, cena wyniesie tyle, co za 4 standardowe SMS-y. Wiadomości graficzne można przesyłać tylko pomiędzy aparatami firmy Nokia, wyposażonymi w funkcje wiadomości graficznych (3210, 33xx, 8210 i 8850).

3. Odbieranie wiadomości:

Menu → Wiadomości → Skrzynka odbiorcza

4. Kasowanie wiadomości:

Menu → Wiadomości → Skrzynka odbiorcza → Odczyt → Opcje → Wykasuj

5. Informacje dodatkowe:

Nokia 3310 posiada kilka rozwiązań zarządzania SMS-ami, które można w pełni wykorzystywać tylko pomiędzy dwoma telefonami serii 33xx. Jest to np. **możliwość wpisywania i wysyłania SMS-ów o długości do 459 znaków** (standard GSM to 160 znaków). SMS o takiej długości kosztuje tyle, co 3 SMS-y standardowe, a wysłany na aparat inny niż Nokia 33xx, przychodzi jako 3 oddzielne wiadomości.

Oprócz większego kosztu, wpisanie więcej niż 160 znaków w treści SMS-a niesie ryzyko powstania błędów, np. przy próbie wysłania SMS-a na adres e-mailowy (pod numery 102 i 874).

Aby uniknąć przekłamań w treści SMS-a, należy pamiętać o właściwym ustawieniu kodowania znaków: Menu → Wiadomości → Ustawienia wiadomości → Wspólne → Obsługa znaków (wybierz opcję: Samoczynnie).

Panasonic GD931

1. Ustawienie parametrów SMS:

Menu → Wiadomości → Parametry → Czas przechowywania (maksymalnie 72 godziny)
Cent wiad. (wpisz numer: +48501200777)
Protokół (wybierz opcję: Standard)

2. Wysyłanie wiadomości:

Menu → Wiadomości → Wpisz → po wpisaniu potwierdź: OK → Adres: (tu wpisz numer adresata lub naciśnij, aby wybrać numer z książki telefonicznej) → Typ dzwonka (wybierz opcję: Wyłączony)

3. Odbieranie wiadomości:

Menu → Wiadomości → Lista otrzym

4. Kasowanie wiadomości:

Menu → Wiadomości → Lista otrzym → wybierz wiadomość do skasowania, naciśnij z prawej strony klawisz, potwierdź skasowanie klawiszem.

5. Informacje dodatkowe:

Panasonic GD93 posiada funkcję umożliwiającą przypisanie do SMS-a typu dzwonka, który sygnalizuje jego nadejście w aparacie GD93 adresata.

Świat się kręci

Od miesiąca, na antenie Radia Zet, gości program „Świat się kręci", który powstał przy współudziale Idei. Można go posłuchać raz w miesiącu, zawsze w sobotę, w godzinach południowych.



Program jest poświęcony tematyce filmowej. Ściśle – polskiemu kinu kultowemu. Filmy, które określa się tym mianem, należą oczywiście do czołówki polskiej kinematografii. Są wśród nich takie tytuły, jak: „Miś", „Popiół i diament", „Rejs", „Ziemia obiecana", „Przesłuchanie"... trudno byłoby wymienić wszystkie.
Filmy te ukazały się na płytach DVD, dzięki wsparciu Idei.





W ramach każdego odcinka audycji „Świat się kręci", odbywa się konkurs dla słuchaczy.



Składa się on z 6. edycji. Każda z nich z kolei z dwóch części – Głównej i Finału Miesiąca. W części Głównej, słuchacze muszą zadzwonić pod numer, podawany na antenie Radia Zet (nie wcześniej jednak niż na tydzień przed dniem Finału Miesiąca) i nagrać na automacie zgłoszeniowym swoje dane oraz odpowiedź na pytanie zadawane w trakcie trwania konkursu. Pytanie konkursowe prezentowane jest na antenie, wraz z zapowiedziami konkursu.



W każdej edycji konkursu, pytanie konkursowe dotyczy innego, polskiego filmu.

W finale, prowadzący program zadzwoni do, wybranego przez Komisję Konkursową uczestnika konkursu, który w części Głównej prawidłowo wykonał opisane wyżej czynności. Uczestnik będzie musiał odpowiedzieć na pytanie dotyczące filmu, prezentowanego w danej edycji konkursu. Prawidłowa odpowiedź oznacza wygraną. Brak odpowiedzi lub odpowiedź błędna przyniosą nagrodę dodatkową. Ten przypadek oznacza również, że prowadzący program zadzwoni do kolejnej osoby, biorącej udział w konkursie. Jeśli ta np. nie odbierze telefonu, telefon rozdzwoni się u następnego uczestnika. Aż do skutku, to znaczy do wyłonienia zwycięzcy.





Aby wygrać nagrodę, uczestnik musi spełnić określone warunki:

- w czasie trwania konkursu zadzwonić pod numer, podawany na antenie i prawidłowo wykonać podane tam czynności,
- powinien być osiągalny pod, zgłoszonym przez siebie, numerem telefonu w czasie trwania Finału Miesiąca,
- odpowiedzieć prawidłowo na pytanie, zadane przez prowadzącego audycję.



NAGRODY

W konkursie przewidziane są nagrody główne dla zwycięzców konkursu:

- **pięć nagród głównych** dla zwycięzców pierwszych pięciu **Finałów Miesiąca** w postaci sumy pieniężnej w kwocie maksymalnej **2.500 zł**, z przeznaczeniem na zakup odtwarzacza DVD.
- jedna **nagroda główna** dla zwycięzcy szóstego Finału Miesiąca, który odbędzie się po zakończeniu konkursu w postaci sumy pieniężnej o maksymalnej wysokości **8.000 zł**, z przeznaczeniem na zakup zestawu kina domowego, w skład którego wchodzą – odtwarzacz DVD, głośniki, wzmacniacz.

Nagrody dodatkowe stanowią kultowe filmy polskie na płytach DVD.
Warunkiem otrzymania nagrody głównej jest posiadanie i okazanie zawiadomienia o przyznaniu nagrody oraz innych dokumentów, niezbędnych do ustalenia prawa do nagrody, oraz zgłoszenie się po jej odbiór w terminie wskazanym przez Radio Zet.

Sposób na nudę

Polak wydaje rocznie na rozrywkę i rekreację zaledwie 446 zł, czyli 111 euro. W porównaniu z innymi krajami europejskimi jest to wciąż bardzo mało: wydatki przeciętnego Brytyjczyka na ten cel sięgają 1530 euro, Francuza – 976 euro, a Niemca – 988 euro. Nadrabiamy jednak szybko zaległości, w czym skutecznie pomagają nam, mnożące się u nas ostatnio centra handlowo-rozrywkowe.

PAWEŁ PIASECKI

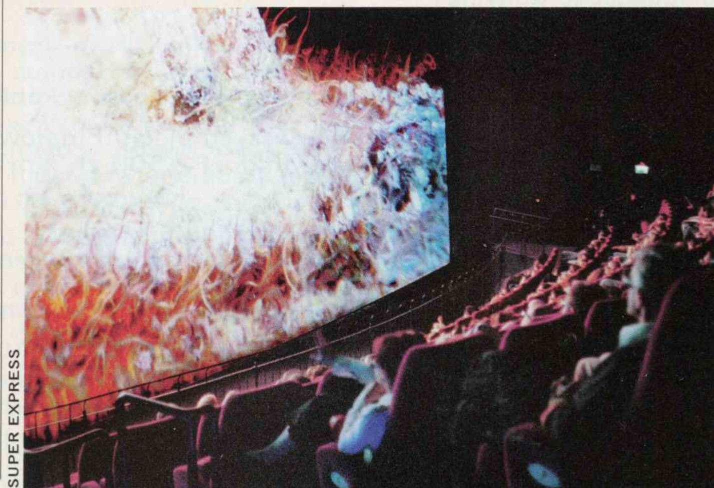


SUPER EXPRESS

Polacy wciąż nie mają tak zasobnych portfeli jak mieszkańcy Unii, ale sposób spędzania wolnego czasu zaczyna być bardzo podobny, mimo nierówności finansowych. W latach 80., dominował model spotkań towarzyskich w prywatnych domach, natomiast z początkiem lat 90., zaczęliśmy bawić się „na mieście". Najpierw nie bardzo było gdzie pójść, nawet pubów było jak na lekarstwo. Z czasem dopasowaliśmy się do trendów, obowiązujących w Europie Zachodniej i Ameryce, zgodnie z którymi rodzinna rozrywka koncentruje się wokół tak zwanych centrów handlowo-rozrywkowych. Zapewne nie brakuje takich, którzy ubolewają nad tą zmianą, uważając, że cierpi na tym życie rodzinne, a zamiast wartości przez duże „W", wchłaniamy w każdy weekend komercyjną papkę. Inni uważają, że dopiero teraz dysponujemy rozrywką na poziomie, nie kończącą się na tanim winie i muzyce, puszczanej z rozklekotanego magentofonu marki „Kasprzak".

Centra rozrywki

Wielofunkcyjne centra handlowo-rozrywkowe wywodzą się od znacznie mniej wyrafinowanych obiektów. Zaraz po 1989 r. pojawiły się w Polsce pierwsze supermarkety, ograniczone do tzw. powierzchni sklepowej i betonowej pustyni parkingu. W połowie lat 90., wkroczyły do Polski centra drugiej generacji. Supermarkety były coraz częściej wypierane przez większe i nowocześniejsze hipermarkety, otoczone wianuszkiem mniejszych sklepów. Pojawiły się błyszczące posadzki, szkło i chromowana stal, nieco zieleni. W pasażu można było już coś zjeść, choć zazwyczaj był to lokal typu fast-food lub pizzeria. Obecnie jesteśmy świadkami powstawania centrów trzeciej generacji: ogromnych kompleksów handlowo-rozrywkowych, projektowanych z myślą o tym, by „wessać" klienta z rodziną i zatrzymać w środku na wiele godzin. Oprócz hipermarketu i mnóstwa sklepów, oferujących zresztą coraz droższe artykuły, np. markowe perfumy czy modną odzież, nieodłącznym elementem takiego centrum jest multipleks kinowy na kilka lub lepiej kilkanaście ekranów, któremu najczęściej towarzyszy kręgielnia, sala bilardowa, tzw. video arcade (gry elektroniczne). Nieodzownym elementem jest też „świątynia obżarstwa" – food court, placyk wypełniony stolikami i krzesłami, wokół którego rozkładają się punkty gastronomiczne, zazwyczaj reprezentujące różne kuchnie, od włoskiej po orientalną.


SUPER EXPRESS

Kino trójwymiarowe

Jednym z większych wydarzeń, związanych z centrami rozrywki trzeciej generacji było otwarcie we wrześniu ub. r. w warszawskim centrum Sadyba Best Mall, pierwszego w Europie Środkowo-Wschodniej kina trójwymiarowego IMAX. Wykorzystuje ono technologię opracowaną i wciąż udoskonalaną przez Imax Corporation, założoną w 1967 r. w Mississauga w Kanadzie. Czym kino IMAX różni się od zwykłego? Przede wszystkim obraz ogląda się na wielkoformatowym, sferycznym ekranie wysokości... ośmiu pięter. Zapewnia to niesamowite doznania, np. wieloryba można zobaczyć w jego naturalnym rozmiarze. Podest, na którym znajdują się siedzenia jest niezwykle stromy i widz ma doskonały, niczym nie zakłócony, obraz niezależnie od miejsca siedzenia, a ponadto wrażenie, że znajduje się w środku wyświetlanej opowieści. Filmy IMAX rejestruje się specjalnymi kamerami na taśmie 10 razy większej od zwykłej. Są rzucane na ekran z dwóch projektorów. Film przesuwa się w nich poziomo z prędkością 48 klatek na sekundę – dwa razy szybciej niż w tradycyjnym projektorze, co daje obraz maksymalnie zbliżony do rzeczywistości. Aby móc oglądać rzeczywistość w trzech wymiarach, widzowie zakładają okulary 3D (podobne do okularów słonecznych).

Niezwykle ważnym atutem kina IMAX jest też krystalicznie czysty, mocny, sześciokanałowy dźwięk hi-fi z systemem odtwarzania głębokiego (czytaj: wciskającego w fotel) basu. Zastosowanie odpowiednich głośników, pozwala widzom cieszyć się przestrzennym dźwiękiem o równie dobrej jakości i głośności, bez względu na zajmowane miejsce na widowni.

W Europie pierwsze kino IMAX powstało w 1992 r., w Monachium. Inwestycja ta okazała się wielkim sukcesem, przynosząc około miliona widzów rocznie. Od tego

czasu IMAX Corporation zrealizowało wiele projektów w Europie, najciekawsze w Barcelonie, w British Film Institute w Londynie, w Euro Disneylandzie we Francji, we Frankfurcie i na Placu Poczdamskim w Berlinie. Dziś ponad dwieście kin IMAX działa w 24. krajach świata. Ponad 50. z nich, w tym obiekt w Warszawie, wyposażono w technologię najnowszej generacji IMAX 3D.

W amerykańskim stylu

Jednym z największych operatorów nowoczesnych centrów rozrywki w Polsce jest amerykańska firma United Entertainment, właściciel marki Atomic. United Entertainment posiada obiekty w Czechach, Francji i Turcji, a budowane są kolejne we Włoszech i Hiszpanii. W ciągu najbliższych 5. lat firma zamierza otworzyć w Europie 30-40 centrów rozrywki. W tej chwili w Polsce działają już 4 (dwa w Warszawie oraz w Krakowie i we Wrocławiu), a w trakcie budowy jest obiekt w Poznaniu.

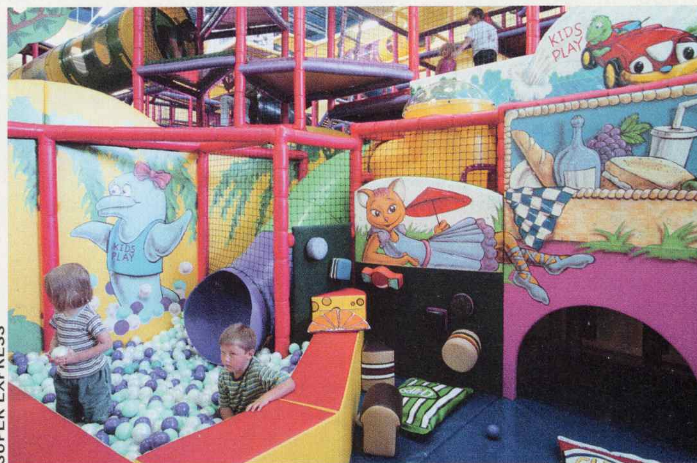
Typowe centrum Atomic World (Atomic Świat Rozrywki) zajmuje kilka tysięcy metrów kwadratowych, jest zlokalizowane w pobliżu multipleksu kinowego oraz dużego centrum handlowego i hołduje zasadzie „dla każdego coś miłego". Miłośnicy bowlingu spotykają się w kręgielni, liczącej od 20 do 30 zautomatyzowanych torów. Power Station to coś dla graczy komputerowych: symulatory, gry wideo, flippery; są też gry zręcznościowe, np. lotki, (darts) piłkarzyki i cymbergaj, na ogół kilka stołów do gry w bilard. W nowych centrach rozrywki gra się w amerykańską odmianę kręgli, tzw. bowling. Koszt wynajęcia toru na kręgielni zależy od miasta (oczywiście Warszawa jest najdroższa), dnia tygodnia oraz pory dnia i waha się od 30 do ponad 100 zł za godzinę w weekend. Jeszcze droższe są „efekty specjalne", np. gra w trakcie Cosmic Bowling – imprezy przy wygaszonych światłach, ultrafioletowych błyskach i dyskotekowej muzyce. Inne ceny także nie należą do najniższych. Za godzinę gry w bilard trzeba zapłacić 20-30 zł, automaty Power Station, lotki i cymbergaj kosztują od 1 do 2 zł za jedną grę.

FOTO: SUPER EXPRESS

Dla najmłodszych

Centra są projektowane z myślą o rodzicach, którzy chcą pograć w kręgle ze znajomymi, nie zostawiając swych pociech z dziadkami lub opiekunką. W prawie każdym centrum wydzielone jest osobne miejsce zabaw dla dzieci. W salach, specjalnie przygotowanych pod kątem zapewnienia bezpieczeństwa, dzieci pozostają pod okiem opiekunów i na ogół czas im się nie dłuży. W Dżungli Atomików, na powierzchni około 400 m^2, dzieci w wieku od 2 do 12 lat, znajdą plastikowe zjeżdżalnie, baseny pełne piłek, labirynty, kręte liny itp. Opłata za korzystanie (bez limitu czasowego) wynosi dla dzieci do 5 lat – 10 zł, a dla dzieci od 6 do 12 lat – 15 zł. Bezpieczeństwo najmłodszych zapewnia komputerowy system identyfikacji.

W Warszawie, w podziemiach nowego gmachu Biblioteki Uniwersytetu Warszawskiego, przy ul. Dobrej powstało Rodzinne Centrum Rozrywki Hula Kula, którego operatorem jest Toto-Sport, spółka-córka Totalizatora Sportowego. Centrum oferuje – oprócz kręgielni, sali bilardowej i pasażu handlowego dla dorosłych – aż dwa miejsca zabaw dla dzieci z różnych grup wiekowych. I tak, młodsze dzieci (do 6 lat) mogą poszaleć w Hulalandzie, podzielonym na trzy części. Pierwsza imituje podwodny świat oceanu – na podłodze pokrytej miękkimi materacami porozrzucano ośmiornice, koniki morskie, kolorowe rybki i muszelki. Świetnie czują się tu dzieci, które jeszcze raczkują lub zaczynają naukę chodzenia. Starsze dzieci mogą bawić się w piratów na statku lub poszukiwaczy skarbów na bezludnej wyspie. Miękkie elementy, takie jak zjeżdżalnie, fale, schodki, wałki, ruchome materacyki, baseny z piłeczkami, czynią zabawę atrakcyjną i bezpieczną, a jednocześnie poprawiają sprawność fizyczną dzieci. Na starsze dzieci (powyżej 7 lat) czeka kilkupoziomy Hulapark – system rur, labiryntów, zjeżdżalni, pochylni i zapadni. „Kosmiczną" atmosferę sali osiągnięto, m.in. dzięki elementom emitującym promienie ultrafioletowe oraz pobudzającej wyobraźnię muzyce.



SUPER EXPRESS

Centra zabaw dla dzieci często pojawiają się także przy centrach handlowych. W niedawno otwartej Ikei, na warszawskim Targówku, dla dzieci przeznaczono Czarodziejski Las. Mogą tam m.in. rysować, korzystać z rozmaitych zabawek, zjeżdżalni i basenu z plastikowymi kulkami, oglądać filmy na specjalnym ekranie. Pobyt w Czarodziejskim Lesie jest bezpłatny, ale ograniczony do maksymalnie półtorej godziny. W Warszawie i Gdańsku przy hipermarketach Geant, działają, przeznaczone dla dzieci, centra Kids Play, o powierzchni około 1000 m^2. Jedną z głównych atrakcji jest Figlodrom – trzypoziomowy labirynt ze zjeżdżalniami, tunelami, basenem z piłeczkami itp. Dzieci od szóstego roku życia, mogą wspinać się na Kilimandżaro – siedmiometrową ścianę. W Warszawie mają też do dyspozycji tor gokartowy (Figloformuła). Większość użytkowników Kids Play bardzo lubi malowanie twarzy specjalnymi, nietoksycznymi farbami. Dzieci z plastycznymi uzdolnieniami, mogą dać upust swoim twórczym pasjom w Studiu Plastycznym Jasia Pędzelka. W teatrzyku Kids-Play, odbywają się przedstawienia kukiełkowe, występy dzieci oraz konkursy. Dużą popularnością cieszy się też karaoke – śpiewanie piosenek z podkładem instrumentalnym i tekstem wyświetlanym na dużym ekranie. Młodsze dzieci przyciąga Figlobudowa – pokój zabaw konstrukcyjnych, wyposażony w duże klocki. Maluchy (do 4 roku życia), mają wydzielony teren z miękkimi zabawkami i mini-zjeżdżalniami. W Warszawie, Łodzi i Białymstoku powstały centra zabaw dla dzieci Bajlandia. Należą one do firmy WEMBA Partners, stworzonej przez trzech absolwentów kursu MBA warszawskiej Szkoły Głównej Handlowej. Bajkowe miasteczka zabaw, tworzone są z myślą o dzieciach w wieku 1-12 lat, ale także ich rodzicach, którzy mogą napić się kawy i skorzystać z czytelni, gdy ich pociechy beztrosko baraszkują.

Parki wodne

Na szczęście nie samymi zakupami człowiek żyje. Coraz częściej myślimy o łączeniu rozrywki z aktywnością fizyczną. Nic więc dziwnego, że rosnącą popularnością cieszą się w Polsce aquaparki. Jednym z najciekawszych obiektów tego typu jest Park Wodny w Krakowie (www.parkwodny.pl), gdzie można popływać w basenie, rozwinąć zawrotną prędkość

na zjeżdżalni, spaść ze ścianki wspinaczkowej do wody lub dać się porwać nurtom „dzikiej rzeki". Nad bezpieczeństwem gości czuwa zespół wykwalifikowanych ratowników WOPR. Baseny rekreacyjne i rehabilitacyjne (w tym basen dla dzieci), zajmują powierzchnię 1.900 m². Cztery zewnętrzne zjeżdżalnie mają łączną długość 740 m, a jest wśród nich najdłuższa (202 m) zjeżdżalnia w Europie, wysoka na 18,5 m. Po sezonie letnim, goście mogą korzystać z czterech zjeżdżalni wewnętrznych. Dostępne są wszystkie typy hydromasażu, jacuzzi i sauny. Park wodny nie może obyć się bez gejzerów, wodotrysków i fontann. Ponadto, w krakowskim kompleksie możemy zadbać o kondycję fizyczną na siłowni, zregenerować siły w salonie odnowy biologicznej lub skorzystać z solarium. Na miejscu znajdziemy też punkty gastronomiczne, kawiarnię internetową, salon gier komputerowych, sklep sportowy, a nawet bank. Korzystanie z krakowskiego Parku Wodnego nie jest tanie: godzinny bilet wstępu dla dorosłych kosztuje 14 zł w dni powszednie, a 16 zł w weekendy. Na szczęście znacznie atrakcyjniejsza cenowo jest opcja trzygodzinna (odpowiednio 28 i 32 zł).


FOTO: SUPER EXPRESS

Inny, nowoczesny aquapark znajduje się w Polkowicach na Dolnym Śląsku. Oprócz celów rekreacyjnych, służy on także rehabilitacji – można tu skorzystać m.in. z kąpieli z masażem podwodnym, biczów szkockich, masaży suchych oraz ćwiczeń korekcyjnych. Polkowice chlubią się jednak przede wszystkim jedną z najdłuższych w Polsce siecią, zjeżdżalni wodnych. Trzykondygnacyjna wieża, umożliwia wybieranie poziomu startu. Rury mają różną długość: 164, 129 i 85 metrów, jest także jedna zjeżdżalnia odkryta (45 m). Dodatkową atrakcją są liczniki, które pozwalają zmierzyć czasu zjazdu. Baseny wyposażone są w urządzenia do masaży wodnych, fontanny i wodotryski, a także sztuczne fale i gejzery. Amatorzy mocnych wrażeń, mogą powalczyć z prądem 45-metrowego rwącego, niby-górskiego potoku, którego trasę kończy oczko basenu na zewnątrz obiektu. Dla dzieci przygotowano brodziki. System klimatyzacji utrzymuje stałą temperaturę powietrza (32° C) i wody (30° C). Jednorazowy bilet wstępu kosztuje w weekendy 9 zł, dzieci płacą nieco mniej. Za dodatkową opłatą można skorzystać z solarium, sauny (fińskiej lub tureckiej), a także sali bilardowej, wyposażonej w cztery stoły.


SUPER EXPRESS

Wspinaczka

Lata 80., a zwłaszcza 90., to również okres rosnącej popularności wspinaczki uprawianej na sztucznych ścianach. Jest to całkowicie bezpieczna forma aktywności ruchowej, dająca jednocześnie możliwość posmakowania sportów ekstremalnych.


SUPER EXPRESS

Wspinaczka po sztucznej ścianie, dostarcza solidnej dawki emocji, niedostępnych na ogół w miejskich aglomeracjach. Sport ten najbardziej popularny jest we Francji, gdzie wybudowano do tej pory ponad 8 tys. tego typu obiektów. W Polsce liczba ścian zbliża się do setki i wciąż powstają nowe. W Warszawie największa sztuczna ściana, o powierzchni 152 m² i wysokości 7 m, znajduje się w Rodzinnym Centrum Rozrywki Hulakula. Składa się z trzech podstawowych fragmentów, zróżnicowanych pod względem rodzaju powierzchni, zestawu formacji skalnych, trudności dróg wspinaczkowych oraz wysięgu przewieszenia. Na ścianie może wspinać się jednocześnie około 45 osób.

Przeznaczona dla początkujących i dzieci strefa o wymiarach 4x6 m, zaczyna się płytą o pofałdowanej powierzchni, stopniowo przechodzącą w pion. Cała powierzchnia wykonana jest z paneli Mono'rock, imitujących naturalną powierzchnię skały. Na początkujących czekają instruktorzy – doświadczeni taternicy i alpiniści, podczas indywidualnych lekcji, uczą, jak wiązać liny, zakładać uprząż, sprawnie i bezpiecznie poruszać się po skale. Na miejscu dostępny jest sprzęt, potrzebny do uprawiania tego sportu. Wstęp na ściankę kosztuje 10 zł za godzinę, natomiast wypożyczenie uprzęży 2 zł. Druga godna polecenia ściana, o charakterze rekreacyjno-sportowym znajduje się w Hokus Pokus, na terenie centrum handlowo-rozrywkowego Sadyba Best Mall. Ścianę, o szerokości 14 m i wysokości 6 m, wykonano w sposób, zapewniający możliwie najwierniejszą imitację naturalnej skały. Zastosowano nowe rozwiązania w technologii łączenia paneli, co pozwoliło uzyskać jednolitą i spójną powierzchnię. Na uwagę zasługuje ciekawa barwa powierzchni i urozmaicony kształt ściany. Ściana, po której może się jednocześnie wspinać 25 osób, wyposażona jest w liny, uprzęże wspinaczkowe i przyrządy asekuracyjne, oferuje możliwość wspinania z asekuracją górną oraz asekuracją dolną. Podzielona jest na strefę dla zaawansowanych oraz część, przeznaczoną dla początkujących i dzieci. Obsługa szkoli wszystkich chętnych, tak więc spróbować swych sił może nawet ktoś, kto nigdy przedtem nie miał do czynienia ze wspinaczką.

Wachlarz dostępnych w Polsce form rozrywki jest już całkiem szeroki i przy odrobinie inicjatywy na nudę nie sposób narzekać. Istotną barierą, pozostają nadal ceny i lokalizowanie atrakcyjnych obiektów prawie wyłącznie w dużych aglomeracjach.

BOWLING

Chociaż nie można wskazać dokładnej daty powstania tego sportu, warto wiedzieć, że między rzeczami znalezionymi w jednym z grobowców egipskich, sprzed 5200 lat p.n.e., był zestaw przyborów przypominających kręgle.

PAWEŁ PIASECKI

Historycy przypuszczają, że już jaskiniowcy mogli uprawiać tę formę sportu, posługując się kamieniami, którymi rzucali w inne kamienie. Możliwe jest również, że gra ta była uprawiana przez starożytnych Rzymian, Fenicjan i Kartagińczyków, choć nie ma na to żadnych dowodów. Wiadomo jednak, że ok. 50 roku p.n.e. – za czasów Juliusza Cezara – ludzie, zamieszkujący alpejskie regiony Italii, uprawiali grę uważaną za prekursora „bocce", włoskiej formy kręgli znanej po dzień dzisiejszy. O tym, jak bardzo popularna była gra w kręgle lub jej odmiany może świadczyć fakt, że w XIV-wiecznej Anglii, młodzi ludzie porzucali ponoć dla niej nawet łucznictwo. Król Edward III zakazał w końcu uprawiania tego sportu. A jednak kręgle były tak bardzo lubianą formą rozrywki, że w 1455 r. ta tradycyjne uprawiana na wolnym powietrzu gra, została przeniesiona pod dach, by deszcz nie mógł zakłócać rozgrywek. Kręgle trafiły do Ameryki wraz z holenderskimi osadnikami, jako gra w „9 słupków". Legenda głosi, że gra w obecnej formie powstała wtedy, gdy w 1840 r. prawo stanu Connecticut, zabroniło grać w 9 kręgli ze względu na coraz bardziej powszechny, hazardowy charakter tej gry. Aby ominąć ten zakaz, do dotychczasowej liczby kręgli dodano jeszcze jeden – i tak pozostało już do dnia dzisiejszego. Na popularność kręgli wpłynęło wynalezienie w latach 40. XX w. automatu do podnoszenia kręgli po ich strąceniu przez gracza. Urządzenie to zrewolucjonizowało całą „organizację" gry i pozwoliło na jej znaczne usprawnienie. O tym, że kręgle cieszą się wciąż rosnącą popularnością świadczą liczby – według najnowszych szacunków na całym świecie gra w kręgle ponad 150 mln osób.

Parametry kuli: waga od 6 do 16 funtów (2,72 – 7,20 kg)

Parametry kręgla: wysokość 15 cali (38 cm), waga od 3 funtów 6 uncji do 3 funtów 10 uncji (1,53 – 1,64 kg).

Kręgle ustawiane są na bazie trójkąta. Kręgiel stojący na czele nazywany jest „headpin". Kręgle są numerowane od lewej strony do prawej, od czoła do tyłu.

Parametry toru: długość 60 stóp od linii rzutu do headpin (18,3 m), szerokość między 41 a 42 cale (104 – 106,6 cm).

Zasady gry

Gra składa się z 10 rund. Podczas jednej rundy, można wykonać maksymalnie dwa rzuty kulą. Na początku każdej rundy, gracz stara się strącić wszystkie 10 kręgli. Jeżeli mu się to udaje, rezultatem jest tzw. strike i runda jest zakończona. Jeśli natomiast, za pierwszym razem, nie wszystkie kręgle, zostaną strącone, gracz ma jeszcze jeden rzut. Jeżeli uda się strącić pozostałe kręgle rezultat nazywa się spare, natomiast jeśli wciąż pozostają niestrącone kręgle jest to tzw. open frame – gracz otrzymuje tylko tyle punktów, ile strącił kręgli.

Punktacja

STRIKE – wszystkie 10 kręgli, strącone za pierwszym razem. Gracz otrzymuje maksymalną liczbę – 10 punktów oraz dodatkowo łączną liczbę punktów, zdobytych podczas dwóch następnych rzutów kulą.

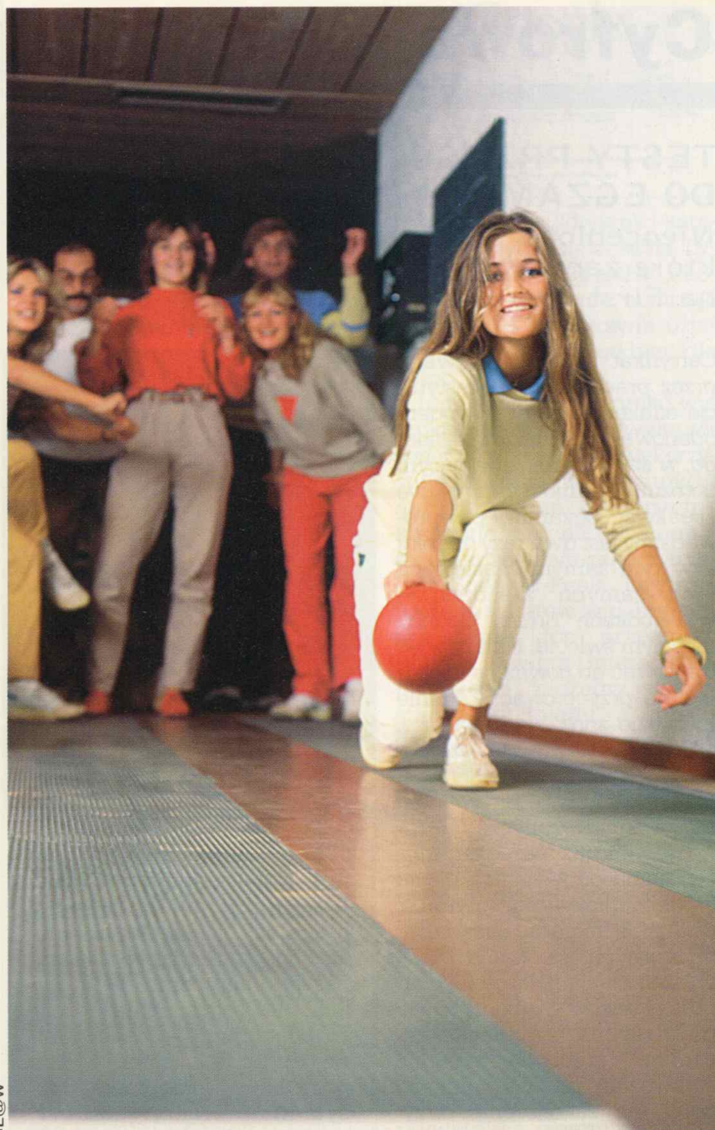
SPARE – wszystkie 10 kręgli strącone w jednej rundzie. Gracz otrzymuje 10 punktów za rundę oraz dodatkowo liczbę punktów, zdobytych podczas następnego rzutu.

OPEN FRAME – w trakcie jednej rundy nie zostały strącone wszystkie kręgle. Gracz otrzymuje tyle punktów, ile strącił kręgli.

MISS – gracz w ogóle nie trafia w kręgle w trakcie rundy.

Najwyższy możliwy do uzyskania wynik po rozegraniu jednej gry (10 rund) to 300 punktów – za 10 potrójnych STRIKÓW.

W kręgle należy grać w specjalnym obuwiu. Buty do kręgli mają podeszwę wykonaną z tworzywa, które pozwala na zrobienie odpowiedniego poślizgu przed rzutem kulą. Ponadto buty takie są używane tylko w kręgielni, co chroni tory przed porysowaniem i zniszczeniem. W wielu kręgielniach na świecie, oprócz dezynfekowania butów po każdorazowym użyciu, gracz otrzymuje również „skarpetki" jednorazowego użytku, wykonane z fizeliny.



BE@W

profit **Partnerzy programu**

ATOMIC

Dwie gry w kręgle gratis, przy zakupie jednej godziny gry w kręgle lub pięciu gier w kręgle.

Warszawa,
Galeria Mokotów, ul. Wołoska 12,
tel.: (22) 543 94 10

Kraków,
Zakopianka, ul. Zakopiańska 62,
tel.: (12) 290 86 10

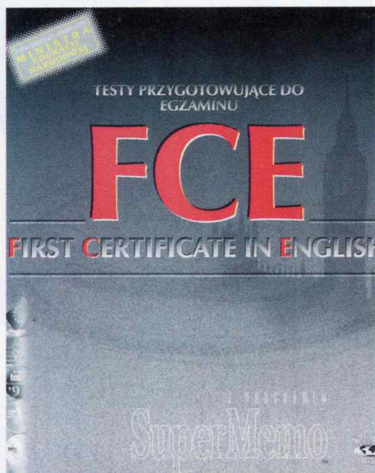
Cyfrowa biblioteka

Paweł Piasecki

TESTY PRZYGOTOWUJĄCE DO EGZAMINU FCE

Nieoceniona pomoc dla osób, które zamierzają zdawać egzamin na First Certifictae in English.

Certyfikat FCE, uznawany przez pracodawców i instytucje edukacyjne, jest dowodem opanowania języka angielskiego, w stopniu umożliwiającym porozumiewanie się z native speakers. Egzamin, przeprowadzany jest dwa razy do roku – w tym samym czasie i na tych samych zasadach – w ośrodkach British Council na całym świecie. Należy więc traktować go poważnie i solidnie się przygotować. Zadanie to będzie znacznie łatwiejsze, jeśli skorzystamy z prezentowanego pakietu. Zawiera on ponad tysiąc ćwiczeń, w większości ilustrowanych nagraniami. Tak jak na egzaminie, ćwiczenia odpowiadają pięciu typom umiejętności (czytanie, pisanie, znajomość zasad gramatycznych, słuchanie i mówienie) i mają najczęściej charakter testów wyboru. Dwie trzygodzinne symulacje egzaminu, stanowią rzetelny sprawdzian naszych umiejętności (na zakończenie otrzymujemy ocenę).



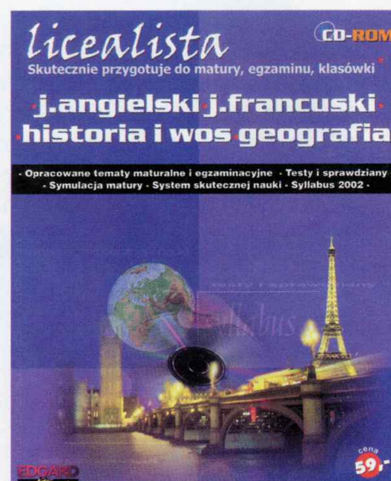
Integralną częścią pakietu jest wielokrotnie nagradzany program Super Memo, wspomagający zapamiętywanie. Daty powtórek są wyznaczane automatycznie, w zależności od tego, na ile dobrze rozwiązaliśmy poszczególne zadania. Super Memo pozwala na osiągnięcie maksymalnej efektywności w nauce.

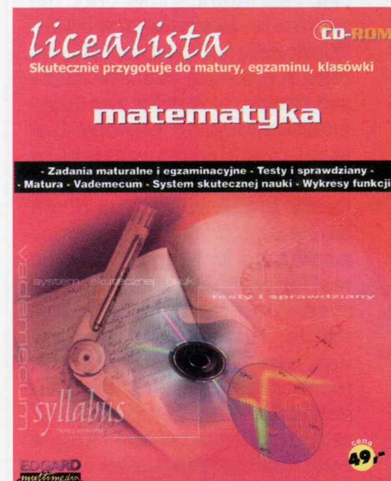
LICEALISTA (2)

Kolejne dwa programy z nowej serii edukacyjnej Edgard Multimedia

W poprzednim miesiącu prezentowałem dwa, skierowane do uczniów szkół średnich (głównie maturzystów), pakiety z serii „Licealista". Pierwszy poświęcony był w całości językowi polskiemu, natomiast drugi, podsumowywał wiadomości z fizyki, chemii, biologii i języka niemieckiego. W skład serii wchodzi jeszcze „Matematyka" oraz pakiet, przygotowujący do egzaminu dojrzałości z języka angielskiego i francuskiego, historii i wiedzy o społeczeństwie oraz geografii.

Za cenę około 200 zł otrzymujemy zestaw czterech pełnowartościowych programów multimedialnych, które umożliwiają powtórzenie wiadomości i przetestowanie swojej wiedzy z dziesięciu przedmiotów, nauczanych w liceum. Biorąc pod uwagę ceny korepetycji, jest to z pewnością godna przemyślenia alternatywa. Oprócz, znakomicie opracowanych, zbiorów testów i zadań oraz tematów egzaminacyjnych, w programach zwracają uwagę syllabusy. Są to opisy niezbędnych wiadomości z poszczególnych przedmiotów, według wymagań, które będą stawiane na maturze w 2002 r. Nie zabrakło także porad praktycznych, dotyczących techniki zdawania egzaminów oraz konkretnych wskazówek dla kandydatów na różne kierunki studiów, m.in. lingwistykę stosowaną, prawo i medycynę. Cenną pomocą dla maturzystów, zdających egzamin z angielskiego, będzie symulacja matury z tego przedmiotu, która zawiera m.in. sprawdzian rozumienia ze słuchu. W nauce historii z pewnością pomoże zestaw 80. tekstów źródłowych oraz opracowane tematy egzaminacyjne, np.: „Konstytucja kwietniowa 1935 r.", „Konferencja w Jałcie i jej postanowienia". Z kolei w „Matematyce", oprócz trzystu zadań maturalnych wraz z rozwiązaniami, licealiści znajdą m.in. vademecum z wzorami, wykresami i definicjami oraz program do rysowania wykresów funkcji Virtual Math.





multimedialny kurs WORD 2000

COOLtowa kolekcja

PC CD

www.techland.com.pl

MULTIMEDIALNY KURS WORD 2000

Bez Worda dziś ani rusz. Na szczęście jego obsługi można się błyskawicznie nauczyć.

Pomagają w tym przyjazne użytkownikowi i ciekawie pomyślane kursy multimedialne, jak choćby ten, oferowany w ramach „COOLtowej kolekcji" przez Techland (trzeba dodać, że przystępna jest także cena pakietu: 19,90 zł). Główną część programu stanowi szesnaście lekcji, objaśniających zasady pracy z najpopularniejszym edytorem tekstu. Uczymy się m.in. wprowadzania i poprawiania tekstu, formatowania dokumentów, tworzenia kolumn, tabel i szablonów. Poglądowym animacjom towarzyszy komentarz czytany przez lektora, mamy też stale dostęp do działu „Dobre rady". Znaczenie wszystkich terminów można sprawdzić w słowniku. Na zakończenie warto poddać się egzaminowi ze zdobytej wiedzy.

W skład „COOLtowej kolekcji" wchodzą również, godne uwagi, kursy Windows 98 i Excela. Wszystkie programy można kupić w internetowym sklepie Techlandu (www.techland.com.pl).

Bezmiar informacji, znajdujących się w Internecie, jest zarówno błogosławieństwem, jak i przekleństwem. Systemy wyszukiwawcze są wprawdzie cały czas udoskonalane, ale liczba stron www rośnie w zawrotnym tempie.

Nowocześni wyszukiwacze

Paweł Piasecki

Szacuje się, że około 80% użytkowników Internetu opuszcza daną witrynę, kiedy nie jest zadowolonych z dostępnych w niej, mechanizmów wyszukiwania. A jednak, jak informuje polski serwis Netsprint.pl, ponad połowa wszystkich transakcji w Internecie zaczyna się od wyszukiwarek.

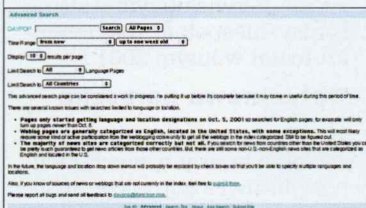
Przed paroma laty, internauci poszukiwali drogowskazów, wystukując na klawiaturze adresy Yahoo, Lycos, czy Excite. Te katalogi stron i serwisy wyszukiwawcze z czasem przekształciły się w portale, obciążone wieloma reklamami. Zapewniało to stałe dochody, ale zarazem spowalniało działanie wyszukiwarek. Internauci, zamiast docierać bezpośrednio do potrzebnych informacji, skazani byli na oglądanie banerów. Prawdziwym objawieniem stał się w 1998 r., wolny od reklam, Google (www.google.com), na którego stronach pojawiają się wyłącznie czysto tekstowe linki sponsorowane.



Google, stosowany do przeszukiwania zasobów światowych, m.in. przez Wirtualną Polskę i Interię, jest od br. dostępny także w polskiej wersji językowej. Kluczem do jego sukcesu okazała się metoda Page Rank. Wyniki poszukiwań są selekcjonowane nie za pomocą słów kluczowych, ale na podstawie „ważności" konkretnej strony www w hierarchii. „Ważność" jest mierzona na podstawie liczby linków do danej strony z innych serwisów, przy czym odnośnik z witryny o globalnym zasięgu i renomie (np. CNN.com), znaczy dużo więcej niż link ze strony domowej Jana Kowalskiego. Krótko mówiąc, Page Rank gwarantuje, że na górze listy wyników mamy naprawdę perły, a nie śmieci. Na stronie głównej wyszukiwarki znajduje się też przycisk „Szczęśliwy traf", który automatycznie kieruje użytkownika do pierwszej strony z listy wyników, zwróconych przez wyszukiwarkę.

Serwisy wyszukiwawcze nowej generacji

Obecnie, na rynek wkracza nowa generacja serwisów wyszukiwawczych, których siłą ma być nie tylko błyskawiczne przeszukiwanie zasobów sieci i „inteligentne" sortowanie wyników, ale także nowy sposób ich prezentowania. Jednym z nich jest Vivisimo (www.vivisimo.com), stworzony przez naukowców z amerykańskiego uniwersytetu Carnegie Mellon, a już w lipcu br. uznany, przez magazyn „Yahoo Internet Life", za najlepszy spośród nowych systemów wyszukiwawczych w Internecie. Vivisimo pozwala przeszukiwać zarówno całą sieć, jak i poszczególne kategorie informacji (np. biznesowe), a także konkretne serwisy (np. aukcje eBay). Z prawej strony ekranu widzimy dobrze znaną listę rezultatów wyszukiwania: odnośniki do stron www oraz fragmenty witryn, zawierających poszukiwane słowo czy wyrażenie. Z lewej strony użytkownik Vivisimo znajdzie natomiast listę kategorii, uszeregowanych według liczby przypadających na nie wyników. Jeśli np. wyszukiwanym przez nas słowem jest „market", u góry listy kategorii znajdzie się rynek giełdowy („stock"), następnie badania rynkowe („market research"), a dalej – tu niespodzianka – tzw. pchle targi („flea markets"). Oczywiście, pomysł kategoryzacji wyników nie jest nowy. Yahoo i inne, znane katalogi zatrudniały jednak redaktorów, którzy najpierw oceniali merytoryczną zawartość stron, a potem przypisywali je do określonych, hierarchicznie ułożonych, kategorii, np. według wzoru: Biznes i gospodarka > Finanse i inwestycje



> Giełdy > Giełdy papierów wartościowych itd. Ale ponieważ ludzie mają ograniczone „moce przerobowe", w takim katalogu mógł się znaleźć zaledwie niewielki procent stron, indeksowanych przez wyszukiwarki.

Analiza i sortowanie

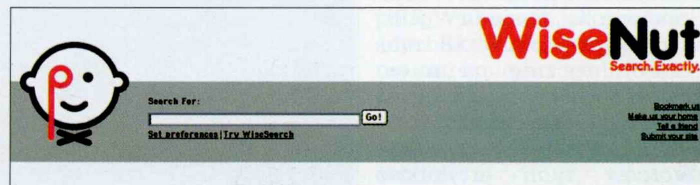
Vivisimo i inne, nowe systemy wyszukiwawcze tworzą kategorie „z marszu" – analizę i sortowanie wyników wykonują nie ludzie, a komputery (oczywiście na podstawie wcześniej napisanych, bardzo wyrafinowanych, programów). Vivisimo zatrudnia obecnie jedynie trzech, etatowych pracowników. Szef spółki, Raul Valdes-Perez, podkreśla, że kiedy rezultaty wyszukiwania prezentowane są w postaci linearnej, informacje potrzebne użytkownikowi mogą znajdować się na samym dole długiej listy i trzeba dużo czasu i cierpliwości, by do nich dotrzeć. Posługując się metodą Vivisimo, można szybko przejść do odpowiedniej kategorii, nawet przy bardzo ogólnikowym kryterium wyszukiwania. Vivisimo jest tzw. meta-wyszukiwarką. Oznacza to, że system zbiera wyniki



z innych wyszukiwarek i katalogów (w tym Yahoo, MSN, Lycos, Netscape, DirectHit i LookSmart), następnie analizuje je, sortuje i przedstawia użytkownikowi w wygodnej dla niego postaci.

Inny debiutant na rynku wyszukiwarek, WiseNut (www.wisenut.com), również wykorzystuje do sortowania wyników automatycznie generowane kategorie. Serwis udostępnia też bardzo użyteczne narzędzie Sneak-a-Peek. Jeżeli na liście rezultatów widzimy adres strony, która prawdopodobnie zawiera interesujące nas treści, możemy skorzystać z „podglądu" i stwierdzić, czy rzeczywiście to jest to, czego szukamy. Użytkownicy nie muszą już w tym celu opuszczać WiseNut.

Na zakończenie warto wspomnieć o jeszcze jednym, nowym serwisie wyszukiwawczym – Daypop (www.daypop.com). Jego twórcy nie zamierzają konkurować z Yahoo, Google czy innymi wyszukiwarkami ogólnotematycznymi. Daypop przeszukuje i indeksuje zasoby około 3 400 serwisów informacyjnych i tzw. web-logs, czyli prywatnych dzienników, prowadzonych online. Twórcą Daypop jest Dan Chan, aktywny „weblogger", który wpadł na pomysł stworzenia wyszukiwarki bieżących wiadomości, gdy w zeszłym roku śledził w Internecie kampanię prezydencką w USA. Popularność serwisu wzrosła znacznie po atakach terrorystycznych na World Trade Center i Pentagon. Internet po raz kolejny okazał się najbardziej niezawodnym narzędziem komunikacji i źródłem informacji, których próżno by szukać gdziekolwiek indziej.



Najpierw była euforia. Do połowy 2000 r. serwisy internetowe powstawały jak grzyby po deszczu. Portfele inwestorów wydawały się nie mieć dna, a kursy akcji spółek z sektora nowych technologii błyskawicznie pięły się w górę. Szybko jednak przyszło bolesne przebudzenie.

DOT.COM = DOT.BOMB?

PAWEŁ PIASECKI

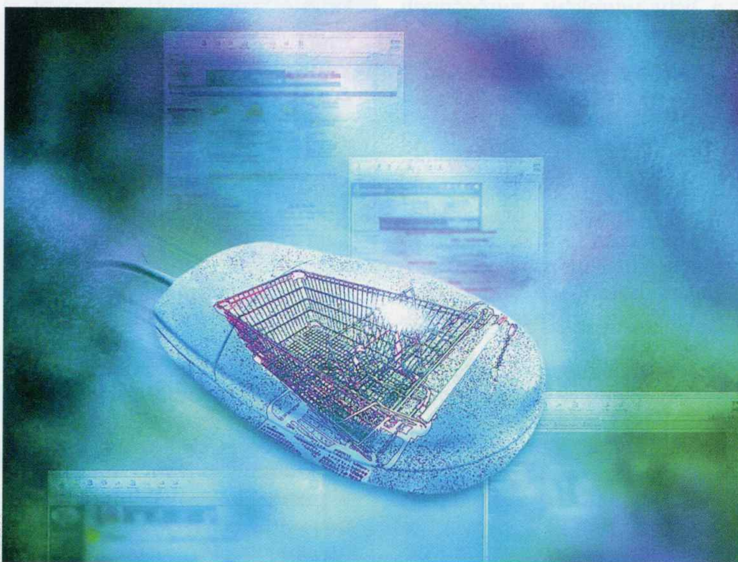
Jeden z czołowych, amerykańskich magazynów, poświęconych nowym technologiom – „eCompany", w połowie br. ogłosił wielce pouczającą listę „101 najgłupszych przypadków w dziejach dotcomów". Wiele pomysłów, które dostały się do tego osobliwego rankingu, budzą zdumienie, choć zaledwie rok, czy półtora roku temu, traktowane były śmiertelnie poważnie.

Dziś trudno sobie wyobrazić, że firma Internet Underground Music Archive (Iuma.com) mogła wypłacać po 5 tys. dolarów rodzicom, którzy zgodzili się nadać swemu dziecku imię Iuma. Nie chce się wierzyć, że w styczniu 2000 r. miasto Halfway w stanie Oregon zmieniło na rok nazwę na Half.com. W ten sposób zareklamowali sklep internetowy, który prowadził sprzedaż przecenionych książek, płyt CD i DVD oraz kaset wideo.

Z obecnej perspektywy dziwnie wygląda także pomysł stworzenia portalu BBQ.com dla grillujących Amerykanów. Inaczej było w kwietniu 2000 r., kiedy spółka otrzymała od funduszy venture capital wsparcie finansowe w wysokości 2 mln USD. Jak większość powstających wtedy dotcomów, firma nie miała solidnego biznesplanu. Inwestorzy uwierzyli ładnie brzmiącym deklaracjom 26-letniego dyrektora generalnego, Anthony'ego Johndrowa. Opisał on rynek, na którym miał działać BBQ.com w następujący sposób: „Ponad 3/4 amerykańskich gospodarstw domowych posiada grill. Wydają one około 18 mld dolarów rocznie na mięs, przyprawy, sosy, węgiel drzewny... Powołaliśmy więc BBQ.com, aby połączyć wytwórców tych artykułów i urządzeń z konsumentami, dla których istotne jest grillowanie i związany z nim styl życia". Serwis utrzymał się na rynku niespełna rok (zbankrutował w lutym 2001 r.).

Dotcomowa gorączka

W świetlane perspektywy spółek z branży nowych technologii, uwierzyli także analitycy poważnych instytucji finansowych, którzy, jak ognia, powinni się wystrzegać „hurra-optymizmu". Słynny fundusz Sequoia Capital, dzięki któremu na szerokie wody wypłynęło m.in. Yahoo, zainwestował 55 mln USD w internetowy sklep spożywczy Webvan. Optymizm inwestorów nie skończył się nawet wtedy, gdy akcje Webvana spadły ze szczytowego poziomu 25 USD do 6 USD za walor. Mike Moritz, partner w Sequoia Capital, potraktował to jako „niewiele znaczący incydent"! Webvan, notowany na giełdzie NASDAQ, ogłosił bankructwo i zakończył działalność 9 lipca 2001 r. Funkcjonowanie sklepu pochłonęło prawie 1 mld USD. Louis Borders, założyciel i największy akcjonariusz Webvan (10,3% udziałów), zdążył uratować resztki fortuny. Na trzy tygodnie przed zamknięciem firmy sprzedał 45 mln akcji po 6 centów za sztukę. W portfelu Bordersa znalazło się 2,7 mln USD, ale o podobnym szczęściu nie mogli mówić drobni udziałowcy, którzy zapadli na „dotcomową gorączkę".


BE&W

W 2000 r. zbankrutowało też kilkanaście innych firm internetowych, zajmujących się detaliczną sprzedażą artykułów konsumpcyjnych. Spektakularną klęskę poniósł m.in. serwis Pets.com, sprzedający żywność dla zwierząt domowych (adres został jednak szybko przejęty przez, pokrewną profilem działalności, spółkę PETsMART).

Ocenia się, że szanse na przetrwanie mają tylko te spośród e-sklepów, które związały się z potentatami z branży tradycyjnej sprzedaży detalicznej. Przede wszystkim z sieciami supermarketów, które mają odpowiednią infrastrukturę, środki finansowe i znane konsumentom marki.

Główny rywal Webvana, Peapod.com uniknął bankructwa tylko dzięki temu, że w porę został wykupiony przez holenderską sieć Ahold, działającą także na rynku amerykańskim. Ahold zapłacił łącznie 110 mln USD za firmę, której wartość, cztery lata wcześniej, szacowano na około 300 mln. W 2000 r. Peapod przyniósł prawie 57 mln USD strat. Nawet w Chicago, swej kolebce, internetowy sklep przeprowadzał dziennie najwyżej 1,2 tys. transakcji, podczas gdy średnia, dla przeciętnego „naziemnego" supermarketu w tym mieście, wynosi prawie dwukrotnie więcej.

Bankructwa w sieci

Spektakularnych upadków nie brakowało także w innych sektorach e-commerce. Setki milionów dolarów utopiono w sklepie z modną odzieżą boo.com. Po bankructwie pierwszego właściciela, w czerwcu 2000 r., znalazł się następny – fashionmall.com. Wkrótce się okaże, czy podjął trafną decyzję, przejmując zawartość znanego, ale noszącego piętno porażki serwisu. Zbankrutował także sklep z zabawkami eToys, który został uznany za najlepszy w swojej kategorii, m.in. przez eMarketer.com i firmę doradczą Gomez Advisors. Główny konkurent eToys, sklep ToysRUs.com, wybrnął z trudnej sytuacji, „wtapiając się" w struktury Amazon.com.

Ogromne wrażenie wywarł na wszystkich upadek Excite@Home, największego światowego dostawcy szerokopasmowego dostępu do Internetu (około 3,7 mln użytkowników usługi @Home) i właściciela portalu Excite. Długi firmy sięgnęły astronomicznej kwoty 1 mld USD. Na początku października Excite@Home wystąpił do sądu o ogłoszenie upadłości. Aktywa firmy zostaną prawdopodobnie przejęte przez głównego udziałowca – koncern telekomunikacyjny AT&T.

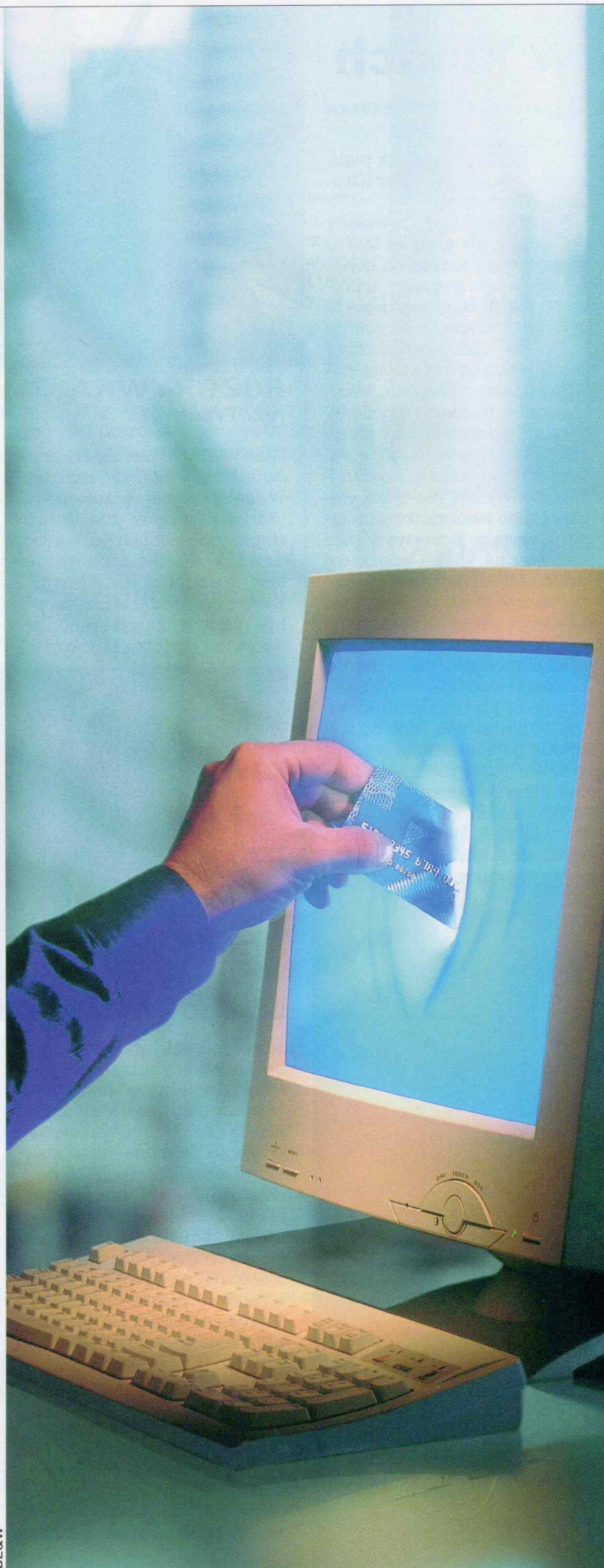
Polskie upadki

W Polsce „internetowa gorączka" nigdy nie osiągnęła takiego poziomu, jak w Stanach Zjednoczonych, ale też dała się nam we znaki. W 2000 r., na polskim rynku, działało co najmniej 9 portali, o wielkich ambicjach. Obecnie niezagrożona wydaje się

pozycja jedynie dwóch z nich, które powstały przed paroma laty i od początku znajdowały się w czołówce, czyli Wirtualnej Polski i Onetu. Szansę na przetrwanie ma także Interia, dzięki solidnemu zapleczu technologicznemu i medialnemu, gwarantowanemu przez udziałowców – giełdową spółkę ComArch i radio RMF. Wszystkie pozostałe mają mniejsze lub większe kłopoty. Zbankrutował już, prowadzony przez Internet Idea, „portal inny niż wszystkie", czyli YoYo.pl. Bez inwestora strategicznego i bez pomysłu na dalszy rozwój, serwis okazał się dla głównego udziałowca (wrocławskiej spółki z sektora nowych technologii STGroup) ciężarem nie do udźwignięcia.

W chwili, gdy powstawał ten tekst, o krok od podjęcia decyzji o ogłoszeniu upadłości znajdowała się Arena.pl. Wcześniej, fiaskiem zakończyła się publiczna oferta akcji tego portalu, ponieważ prezes Tel-Energo, niedoszłego partnera Areny, publicznie zakwestionował umowę o powołaniu wspólnego przedsięwzięcia – spółki E-connections. Miała ona zapewniać użytkownikom portalu dostęp do Internetu. Na tym fundamencie, jak się okazało nadzwyczaj kruchym, oparta była cała strategia, szykującej się do giełdowego debiutu, spółki. Prezes Rafał Plutecki ze swadą przekonywał inwestorów, że znalazł sprawdzony model biznesowy: portalu, który – wzorem America OnLine – będzie czerpać zyski nie tylko z reklamy i e-commerce, ale przede wszystkim z usług telekomunikacyjnych. Inwestorzy pomysł kupili, ale zrejterowali, gdy E-connections okazało się niewypałem.

Warto przypomnieć, że jeszcze na początku br., Arena plasowała się w rankingach popularności portali w pierwszej czwórce, w pobliżu Interii. W zeszłym roku ogromne sumy wydano na kampanię reklamową Areny, z udziałem znajdującej się wtedy u szczytu popularności piosenkarki Kayah. Mówiono wówczas o powstaniu portalu „trzeciej generacji". Dziś, wspominając ówczesne deklaracje twórców Areny, trudno pozbyć się uczucia zażenowania.


BE&W

Równie huczny był w zeszłym roku start portalu Ahoj.pl, w którym stanowisko dyrektora programowego objął znany dziennikarz Tomasz Raczek. Ahoj.pl miał ładne logo, przejrzysty layout i dobrze redagowane teksty, nie wystarczyło to jednak, by pozyskać poważnych reklamodawców. Portal został uratowany przed upadkiem przez 4Media (dawny Chemiskór), ale wciąż nie może złapać „drugiego oddechu". Na początku października br. w serwisie pojawiały się, mocno nieaktualne, informacje, np. o meczu siatkarskim Polska-Francja sprzed kilku tygodni. Nowy właściciel portalu wciąż podejmuje wysiłki na rzecz jego reanimacji.

Przyszłość dotcomów

Z badań, przeprowadzonych przez Webmergers.com, wynika, że najgorszy czas dla amerykańskich spółek internetowych już minął: we wrześniu upadło 28 dotcomów, podczas gdy w sierpniu 38, a w czerwcu aż 53. Trudno powiedzieć, jak szybko niekorzystne trendy zaczną odwracać się w Polsce. Na razie jednak, większość obserwatorów uważa, że na większe ożywienie na internetowym rynku można liczyć dopiero w przyszłym roku. Mimo, że dawno prysnęły sny o internetowym Eldorado, w sieci nadal można prowadzić intratne interesy. Trzeba jednak pamiętać, że tzw. „nowa gospodarka", jeśli nawet nie jest – jak utrzymują niektórzy sceptycy – czystym wymysłem, to w każdym razie rządzi się prawami, tylko nieznacznie różniącymi się od tych, znanych z klasycznych podręczników ekonomii. Inwestorzy przekonali się po wielokroć, że nawet duża liczba zadowolonych klientów nie musi oznaczać, że przedsięwzięcie jest dochodowe. Na zyski wciąż czeka najbardziej znany sklep internetowy Amazon.com. Z drugiej jednak strony, istnieją przedsięwzięcia rentowne od samego początku, np. serwis aukcyjny eBay. Inwestorzy nie oddają pola. Wyciągnęli lekcje z bolesnych doświadczeń, są znacznie ostrożniejsi i zanim wyłożą pieniądze, żądają solidnych biznesplanów, z realnymi źródłami spodziewanych przychodów.

Co nowego w kinach

Małgorzata Węgrzecka



WIEDŹMIN
reż. Marek Brodzki

Kikimory, przerazy, strzygi, wąpierze, kotołaki, bazyliszki... Choć mocno przetrzebione, wciąż niepokoją ludzi. Zabijają, porywają dzieci, atakują stada. Dlatego potrzebny jest obrońca, który, za drobną opłatą, uwolni wioskę czy miasto od uciążliwego sąsiedztwa. Tym obrońcą jest wiedźmin Geralt (Michał Żebrowski). To, poddany mutacjom genetycznym, doskonały wojownik o nadludzkich zdolnościach, to, znający podstawy magii, mistrz w posługiwaniu się wszelaką bronią.

Ale wbrew pozorom nie jest on wyłącznie bezduszną maszyną do zabijania, potworem wyszkolonym do eliminowania innych potworów. Jednak ludzie nie chcą dostrzec jego człowieczeństwa. Większość traktuje go, jak pozbawionego uczuć mutanta. Mimo to, wiedźmin w dalszym ciągu broni mieszkańców swego świata przed atakami przeróżnych bestii. I daje kolejne dowody uczuć, spotykając się z piękną czarodziejką Yennefer (Grażyna Wolszczak).

Wiedźmin Geralt, powołany do życia pod koniec lat 80., to jeden z najciekawszych bohaterów polskiej literatury, a proza Andrzeja Sapkowskiego to cudowny literacki fenomen. Pisarzowi udało się stworzyć niezwykły baśniowy świat pełen magicznych postaci, fascynujących historii i błyskotliwych literackich zabaw z czytelnikiem. Wszystko to sprawia, że opowieści o wiedźminie zachwycają nie tylko wąskie grono zwolenników fantasy – czytają je wszyscy, bez względu na wiek i książkowe preferencje. Nic więc dziwnego, że zrodził się pomysł przeniesienia przygód Geralta na ekran. „Wiedźmin" to bardzo swobodna interpretacja dwóch tomów opowiadań – „Ostatnie życzenie" i „Miecz Przeznaczenia" – nie sposób więc porównywać go z literackim pierwowzorem. A kto nie zdążył jeszcze docenić kunsztu Sapkowskiego, niech się nie martwi. Po obejrzeniu filmu jego proza wyda się jeszcze ciekawsza.

ROZGRYWKA
reż. Frank Oz

Nick Wells (Robert De Niro) to światowej klasy złodziej. W całej swojej przestępczej „karierze" nigdy nie został złapany, bo jest bardzo, bardzo ostrożny. Ale teraz, po 20. latach pracy, Nick jest zdecydowany „przejść na emeryturę". Ma zamiar zamieszkać ze swoją przyjaciółką Diane (Angela Bassett) i skoncentrować się na legalnym biznesie, we własnym klubie jazzowym w Montrealu. Ale Max (Marlon Brando), jego protektor, przyjaciel, partner finansowy i czarujący manipulator, ma w stosunku do niego inne plany. Przekonuje Nicka, by złamał dwie z jego najważniejszych zasad – zawsze pracować w pojedynkę i nigdy w mieście, gdzie się mieszka. Max poznaje Nicka z Jackiem Tellerem (Edward Norton). Ten młody, agresywny i zdolny złodziej potrzebuje talentu Nicka, by dokonać kradzieży, mającej przynieść miliony. Miejscem przestępstwa ma być Skład Celny w Montrealu. Nick i Jack stanowią szczególny zespół – ścierają się osobowości, lecą iskry, kuleją kompromisy. Ale w grę wchodzą miliony, grube miliony...



„Rozgrywka" to nie jest zwykły film sensacyjny. To raczej twórcze starcie wielkich osobowości, rozpostarte na ramach thrillera. Starcie, które miało miejsce także poza kartami scenariusza – reżyser od początku zachęcał aktorów, by traktowali tekst jako szkielet, na którym mogą sami budować swe role. „Naprawdę wierzę, że aktorzy wiedzą więcej niż ktokolwiek inny o odtwarzanych przez siebie postaciach" – mówi Frank Oz. „Kiedy pracujesz z De Niro, Brando, Nortonem i Bassett, nie mówisz do nich: Czytajcie dialogi ze scenariusza. Ufałem, że ci aktorzy wniosą do filmu coś, czego nie było w skrypcie, i tak się stało."

Cóż, trudno nie wierzyć reżyserowi. Nazwiska aktorów mówią same za siebie.

ŚWIAT FILMU DVD

Agnieszka Guzek

MISS AGENT
reż. Donald Petrie
Warner Bros



Gracie Hart (Sandra Bullock) jest agentką specjalną, która nie ma najlepszych notowań u szefa. Ale trafia się okazja, aby zabłysnąć. Całe FBI mobilizuje siły, żeby schwytać groźnego terrorystę o pseudonimie „Obywatel". Kolejny atak ma mieć miejsce podczas corocznych wyborów Miss Ameryki. W roli jednej z uczestniczek konkursu ma wystąpić podstawiony, tajny agent. Wybór pada na Gracie. Cóż, kiedy maniery agentki trudno nazwać nienagannymi, a ona sama, choć jest piękną kobietą, nie dba o powierzchowność. Zanim brzydkie kaczątko przeobrazi się w łabędzia, widzowie będą mieli okazję śledzić ciąg zabawnych zdarzeń.

„Miss Agent" to lekka komedia sensacyjna, wprost idealna na długie, jesienne wieczory. Wersja obrazu na DVD, tradycyjnie już, wzbogacona jest o tzw. dodatki, do których prowadzi interaktywne menu. Film można obejrzeć z komentarzami reżysera lub Sandry Bullock i Marca Lawrenca, współscenarzysty. Na uwagę zasługują dwa reportaże: „Preparing for the Pageant" i „The Pageant", w których o pracy nad filmem i idei organizowania konkursów piękności mówią aktorzy i twórcy filmu. Ponadto na płycie umieszczono zwiastuny kinowe. Zabrakło natomiast sylwetek aktorów i reżysera oraz, tak lubianego przez miłośników DVD, dodatku – sceny niewykorzystane.

profit
Kino Ochota
Do 20% zniżki na usługi.
Warszawa, ul. Grójecka 65

Nowości płytowe

ANDRZEJ IGNATOWSKI

KRAWCZYK I BREGOVIĆ
Daj mi drugie życie



Goran Bregović jest niczym mityczny Midas. Czego się nie dotknie – zamienia w złoto. I nikomu nie przeszkadza, że kolejne płyty, to nowe wersje starych utworów. Po sukcesie mirażu z Kayah, Bregović wydał kolejną, polską płytę. Tym razem jego muzycznym partnerem został Krzysztof Krawczyk. Polski wokalista nie miał ostatnio dobrej passy. Działał na obrzeżach muzyki popularnej i jego duet z Goranem dla wielu był zaskoczeniem. Okazało się jednak, że obaj panowie poradzili sobie z wyzwaniem i powstała dobra płyta, inna od albumu z Kayah. Krawczyk po prostu potrafi śpiewać i udowadnia to na płycie wielokrotnie. Na utworze promującym album – „Mój przyjacielu" – nie miał pola do popisu, ale w innych piosenkach, np. „Gdybyś była moja" czy „Ślady na piasku" dobrze słychać polskiego artystę. Krążek „Daj mi drugie życie" jest dowodem na to, że Bregović nie popełnia błędów przy wyborze muzycznych partnerów. ■



ELTON JOHN
Songs From The West Coast

Elton John nagrał bardzo dobrą, stylową płytę. Nie znajdziemy tam piosenek pod publikę, lecz ciekawie zaaranżowane utwory popowe. Na taką właśnie płytę fani Eltona czekali wiele lat. I nie przypadkowy jest tytuł albumu, bo to chyba najbardziej amerykańska płyta w dorobku arcybrytyjskiego szlachcica. ■

BACIARKA – Baciarka



Na fali popularności folkpopu – sukces Brathanków i braci Golec – coraz więcej artystów nagrywa płyty w tym stylu. Również grupa Baciarka na swoim debiutanckim krążku, serwuje nam góralski pop. Szczerze przyznam, że nuży mnie już to folkowe brzmienie. Jednak na taką muzykę jest obecnie popyt i na pewno płyta „Baciarka" właśnie zdobędzie wielu słuchaczy.

FORMACJA NIEŻYWYCH SCHABUFF
Klub wesołego szampana



„Złota kolekcja", to jedna z najciekawszych serii muzycznych, wydawanych w naszym kraju. Ukazało się w niej już ponad 70 albumów, na których prezentowano najróżniejsze rodzaje muzyki, w wykonaniu polskich artystów. Wszystkie utwory w tej serii poddano studyjnej obróbce, dzięki czemu wysoką jakość dźwięku mają nawet nagrania sprzed kilkudziesięciu lat. „Klub wesołego szampana", najnowszy tytuł serii, to zestaw przebojów zespołu Formacja Nieżywych Schabuff. A hitów na swoim koncie grupa ma sporo, poczynając od „Klubu wesołego szampana", przez „Baboki", „Lato", a na „Mów mi Elvis" kończąc. Wszystkie te utwory znalazły się na tym albumie i jeszcze parę innych, równie radosnych piosenek. ■

ELEKTRYCZNE GITARY
The Best Of

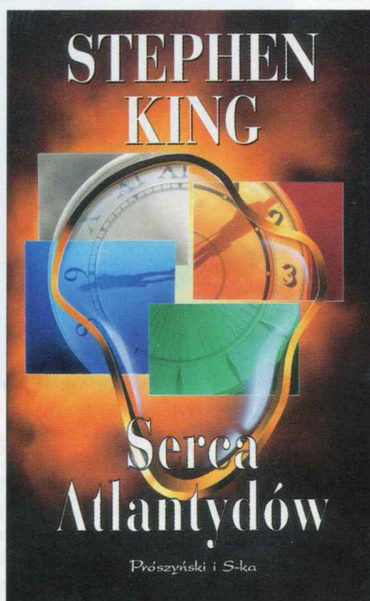
Firma Universal Music Polska, zachęcona sukcesem pomatonowskiej „Złotej kolekcji", postanowiła wypuścić na rynek własną serię płyt pod nazwą „Niepokonani". W serii mają być prezentowane utwory, również te zapomniane, polskich wykonawców muzyki popowej i nie wszystkie składanki będą „Best of". Wydano już płyty: „Love" Edyty Bartosiewicz, „Frie" grupy Hey oraz „Królowie życia" zespołu Kombi. W przygotowaniu jest debiutancki krążek zespołu Exodus – „The Most Beautiful Day". Natomiast ze składanek, na liście „Niepokonanych", znalazły się albumy z największymi przebojami Proletariatu i Elektrycznych gitar. Ostatni krążek zawiera 17 hitów zespołu, m.in. „Jestem z miasta", „Co ty tutaj robisz", „Włosy" i „Kiler". ■



Nowości książkowe

A. Ż.

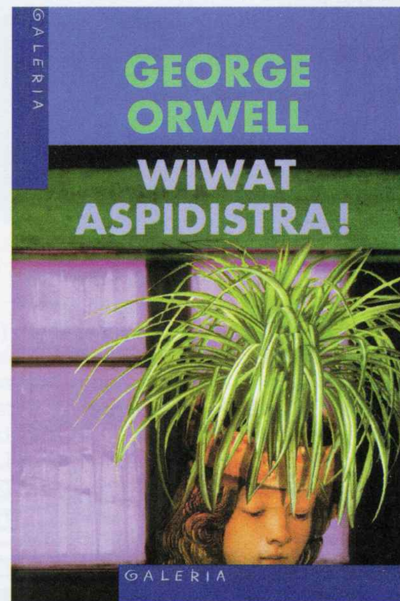
Stephen King
SERCA ATLANTYDÓW
Prószyński i S-ka



Tym razem Stephen King proponuje nam pięć wypraw w czasie. W niezbyt odległą przeszłość, w senną atmosferę amerykańskich, prowincjonalnych miasteczek. Opisuje troski i radości zwyczajnych ludzi i mało ważne wydarzenia, owocujące mało istotnymi konsekwencjami. Uważny czytelnik nie powinien jednak dać się zwieść – spokój jest tylko udawany, a zwyczajność powierzchowna. Pod cienką warstwą pozorów, kipią niebezpieczne namiętności. „Serca Atlantydów", to powieść nie mniej mroczna od innych bestsellerów mistrza grozy.

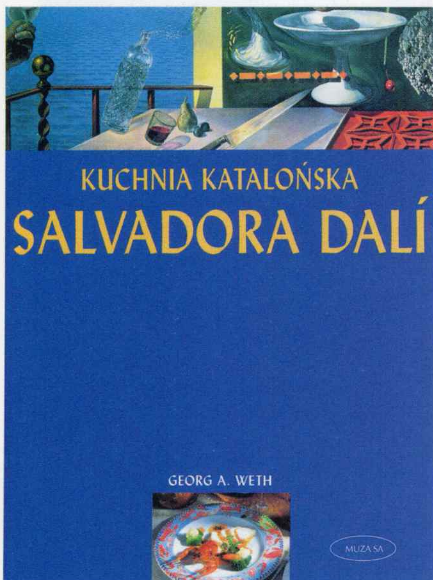
George Orwell
WIWAT ASPIDISTRA!
Muza SA

Bohaterem tej autobiograficznej powieści jest Gordon Comstock, intelektualista o ambicjach literackich, od którego nieoczekiwanie odwraca się fortuna. Stacza się coraz niżej, a tymczasem jego dziewczyna, Rosemary, spodziewa się dziecka. Od ostatecznego upadku ratuje go propozycja zatrudnienia w agencji reklamowej. Comstock decyduje się podjąć tę pracę. Skazuje się tym samym na nudną i jałową egzystencję, której symbolem jest tytułowa aspidistra – wyjątkowo wytrzymała roślina pokojowa, hodowana w przeciętnych, angielskich domach. Comstock zyskuje pieniądze i możliwość tzw. „godnego życia", traci jednak wolność wewnętrzną i niezależność. Niektóre motywy utworu autor wykorzystał wiele lat później w powieści „Rok 1984".



Georg A. Weth
KUCHNIA KATALOŃSKA SALVADORA DALI
Muza SA

Salvadore Dali – za tym nazwiskiem kryje się nie tylko wielki malarz surrealista, lecz także oryginalny człowiek, który prowadzi niezwykły styl życia. Artysta bardzo lubił demonstrować publicznie własną ekstrawagancję. Dali należał do niewielu malarzy ubiegłego stulecia, którzy, dzięki swoim pracom, zdobyli majątek. Bogactwo umożliwiało mu prowadzenie razem z żoną, Galą, życia na wysokim poziomie. Należało do niego oczywiście także dobre jedzenie. Dali gustował w kuchni katalońskiej, w której łączy się to, co słodkie, z tym, co słone, a jednym z jej typowych dań są surowe jeżowce. Świeża ryba, krewetki, homary, jeżowce i króliki były podstawowymi składnikami potraw, podawanych w Port Lligat. Autor tej książki, Georg A. Weth, w trakcie licznych rozmów z przyjaciółmi, zaufanymi doradcami i domownikami Dalego, starał się odtworzyć kulinarne upodobania mistrza. Wynikiem jego ustaleń jest czternaście niezwykłych zestawów potraw, w pewnym sensie odzwierciedlających także zmienną naturę malarza. Proponuję udanie się w kulinarną i artystyczną podróż śladem Dalego.



Luis Mateo Diez
AKTA ROZBITKA
Prószyński i S-ka



Bustarga, młody archiwista urzędu miejskiego, przez przypadek natrafia w stercie zakurzonych akt na tajemniczy list-przesłanie. Autorem listu jest Alejandra Saelicesa, nieszczęśliwy poeta, który przed laty pracował w urzędzie. Bustarga, który także podejmuje próby literackie, zafascynowany jest osobą Saelicesa. Młody pisarz rozpoczyna więc prywatne śledztwo, pragnie poznać losy swego poprzednika. Przenika do poetyckiego undergroundu miasta, a podczas nocnych wędrówek po knajpach i podejrzanych zaułkach, poznaje członków sekretnego stowarzyszenia poetów, maniaków i pomyleńców, opętanych wizją twórczego życia. Odurzony alkoholem i zarażony szaleństwem nowych przyjaciół, w czasie swych eskapad, weryfikuje sądy na temat ludzi, szczęścia i nieszczęścia. Bustarga przeżywa burzliwy romans i styka się ze śmiercią – a wszystko to ma go naprowadzić na trop poety-rozbitka, po którym wszelki ślad zaginął...

Od słowa do słowa

Małgorzata Węgrzecka

Pierwsze dwa tygodnie września spędziliśmy z mężem na sielankowych wakacjach w Hiszpanii. Czas płynął leniwie i beztrosko, a my zachwycaliśmy się i zachwycaliśmy. A kiedy zmęczyliśmy się zachwytami, spokojnie rozprawialiśmy o pięknie oglądanych przez nas miejsc. To były dwa tygodnie zachwytu nad geniuszem architektonicznym Maurów.


M. BRUCHNALSKI

Kiedy zobaczyłam Alhambrę, całkiem mnie zamurowało. Chociaż z zewnątrz pałac Nazarów nie robił wielkiego wrażenia. Ale wewnątrz... Oczarowana patrzyłam na misterne sklepienia, ażurową lekkość zdobień, prześwietlone słońcem rzędy kolumn... I to patio... Już teraz nie wiem, co podobało mi się bardziej.

W porównaniu z tym wszystkim, wzniesiony nieopodal przez chrześcijan gmach, wydał mi się przytłaczający, toporny, po prostu beznadziejny. A ogrody Generaliefe, jednej z żon sułtana? Skończone piękno. Przykład absolutnego geniuszu specjalistów od wodnych instalacji. Odsuwając od siebie myśli o okrucieństwie ówczesnych władców, składałam hołd ludziom, którzy potrafili stworzyć sobie raj na ziemi. I to wtedy, gdy chrześcijański świat, ad majorem Dei gloriam, tonął w mrokach średniowiecza.

To samo uczucie towarzyszyło mi potem przy oglądaniu kolejnych Alkazarów czy kordobiańskiej Mezquity. Jak to możliwe, zastanawiałam się, że potomkowie wyznawców islamu, którzy zbudowali te cuda, zapomnieli potem, jak to się robi... Jak to możliwe, że praprapraprawnukowie budowniczych wodnych labiryntów żyją w krajach, gdzie wodę czerpie się ze strumienia...

15 września z ogromnym żalem wsiedliśmy do samolotu lecącego do Madrytu. Wszystko, co dobre, szybko się kończy – powiedział mój mąż i wziął do czytania „El Pais". Na pierwszej stronie widniało zdjęcie wysokiego budynku spowitego obłokiem dymu. „Ameryka płacze" – przetłumaczyliśmy tytuł. Nasza znajomość hiszpańskiego wystarczyła jeszcze na to, by zorientować się, że chodzi o jakiś zamach terrorystyczny. Zanim wylądowaliśmy, bo był to zaledwie 45-minutowy lot, mój mąż wyraził zdziwienie, że trzy czwarte hiszpańskiej gazety jest poświęcone wybuchowi jakiejś bomby w Stanach. W Madrycie wsiedliśmy na pokład LOT-owskiego samolotu, sięgnęliśmy więc po „Wyborczą". Na czołówce było podobne, tyle że kolorowe zdjęcie. Mąż pokazał mi palcem napis – 5000 ofiar. To chyba jakaś statystyka – odpowiedziałam. – Może policzyli wszystkie ofiary zamachów terrorystycznych z ostatniego roku... Zanim wystartowaliśmy, wiedzieliśmy już, że to nie była statystyka. Przypomniałam sobie, co robiliśmy 11 września. Zachwycaliśmy się Mezquitą.

Kiedy po kilku dniach zaczęłam w końcu jakoś myśleć, zrobiło mi się strasznie wstyd. Przecież w pierwszej chwili pomyślałam, że chodzi o „zwykły", terrorystyczny zamach. To przerażające, że kilkadziesiąt czy kilkaset ofiar nie robiło na mnie specjalnego wrażenia. Na mnie i na całym świecie!

Mijają kolejne tygodnie. Powoli opadają emocje, ludzie wracają do swoich codziennych problemów. Zewsząd słychać apele, nawołujące do zaniechania wojny. Arabscy intelektualiści gorączkowo tłumaczą, że słowo islam, z arabskiego „salam", oznacza pokój, i że Koran to księga miłości i tolerancji. Nic z tego nie wynika. Zwłaszcza, gdy pomyśli się o Talibach i wciąż cieszącym się wolnością mordercy i miliarderze ben Ladenie. Kiedy oddaję ten tekst do druku, Ameryka rozpoczęła już atak. Panicznie boję się odwetu fanatyków, ale równie wielkim strachem przejmuje mnie myśl, że z jakichś mniej lub bardziej politycznych powodów, decydenci tego świata zrezygnują z obrócenia w pył terrorystycznego plugastwa. A wtedy ten nieobliczalny potwór jeszcze bardziej urośnie w siłę i już nic nie zdoła go powstrzymać.

Jak to się stało, że zaczęłam tak myśleć? Co się stało z tolerancją, umiłowaniem pokoju, szacunkiem do drugiego człowieka? To kwestia wyboru. Zwykłego, ludzkiego, egoistycznego. Nie chcę, żeby ktoś zabraniał mi wychodzić z domu. Nie chcę, żeby ktoś mówił mi, w co mam się ubierać, co mogę pić i jeść, a czego nie. Nie wyobrażam sobie świata bez tych wszystkich tradycji i dóbr, które mnie ukształtowały. Nie zgadzam się na to, by ktoś, zamiast Bożonarodzeniowej kolędy, kazał mi słuchać zawodzenia muezina. Nie mieści mi się w głowie codzienność, w której nie ma Słonia Trąbalskiego i Brigdet Jones, Mozarta i Turnaua, Moneta i Disneya, Gajosa i Banderasa. Bo tego, co dostałabym w zamian, nie można nazwać nawet nędzną namiastką życia. A ja nie chcę fundamentalistycznych popłuczyn.

Dlatego przestałam wierzyć w skuteczność negocjacji. Negocjować mogą ludzie, którzy szanują nawzajem swoje poglądy, a ktoś, kto zamiast mnie wysłuchać, chce zniszczyć mój świat, naraża się na biblijne „oko za oko". To przykre, ale taka jest prawda. Prawda o tym, że nie każdego można przekonać, nie z każdym można rozmawiać. Bo w pewnym momencie okaże się, że mówimy do ściany. A skutki monologu będą takie, że jeśli jej nie zburzymy, kiedyś w końcu sama na nas runie. ■

Paryż, miasto magiczne, niekwestionowana Stolica Świata. Polacy coraz częściej przyjeżdżają tutaj nie tylko turystycznie, ale także w interesach. Czy podczas podróży służbowej zdążymy coś niecoś zobaczyć, wyskoczyć wieczorem na piwo... Oczywiście!

Z wizytą w stolicy świata

Krzysztof Mich

Wędrówkę rozpoczynamy od... lotniska Charlesa De Gaulle'a. Tutaj bowiem lądują wszystkie samoloty z Polski. Do miasta można się stąd dostać taksówką, szybką koleją podmiejską RER lub autobusem. Pierwsza możliwość wiąże się z wydatkiem około 150-200 franków. Taksówki stoją bezpośrednio przy wyjściu, więc nie trzeba ich szukać. Na dachu samochodu znajdują się trzy światełka, jeśli pali się zielone, oznacza to, że wóz jest wolny. Stacja RER sąsiaduje z lotniskiem, kolejka ma gęstą sieć połączeń z metrem, jest to zdecydowanie najszybszy sposób dostania się do centrum miasta. W informacji na lotnisku lub na stacji RER można bezpłatnie otrzymać plan trasy kolejki. Ułatwia on odnalezienie pożądanej stacji. Jedyną wadą RER jest to, że jedzie ona pod ziemią, a więc nie ma szans na „zwiedzanie" miasta w czasie podróży. Z drugiej strony, wybierając autobus, musimy się liczyć z tym, że w centrum miasta może on utknąć w korkach.

Wokół Paryża, tak jak wokół Berlina, wiodą dwie obwodnice – zewnętrzna i wewnętrzna. Paryżanie korzystają z nich wówczas, gdy chcą szybko przemieścić się z jednej dzielnicy do drugiej. Zagranicznym kierowcom pewną trudność może na początku sprawiać oznakowanie zjazdów (Porte). Jeśli jednak, przed wyruszeniem w drogę, spojrzymy na mapę i zapamiętamy nazwę zjazdu (np. Porte de Bercy), to potem, bez najmniejszych problemów, odnajdziemy ją na drogowskazach.

Paryż jest modny o każdej porze roku. Poza turystami, miasto odwiedza cała armia biznesmenów, polityków, artystów, itp. Bywa, że jednocześnie odbywa się tu kilkadziesiąt dużych imprez – festiwali, pokazów, czy konferencji. Dlatego bezpieczniej jest zarezerwować sobie miejsce w hotelu jeszcze przed wyjazdem z Polski, w przeciwnym razie można stracić sporo czasu na szukanie wolnego pokoju. Z myślą o biznesmenach, którzy nie mają czasu na zwiedzanie, zbudowano nowoczesne i dobrze wyposażone hotele wokół lotniska. Swoje placówki ma tu większość znanych na świecie sieci i to niekoniecznie tych najdroższych. Ceny dostosowane są do każdej kieszeni – od apartamentów dla szejków do skromnych, ale przyzwoitych pokoi za 150 franków. Ci, którzy po załatwieniu spraw zawodowych chcą jeszcze zwiedzać Paryż, powinni wybierać hotele położone bliżej centrum. Najlepiej bowiem poznawać miasto na piechotę.

Piechotą przez pola i ogrody

Większość biznesmenów prędzej czy później trafi do dzielnicy La Défence. Mieści się ona kilka kilometrów na północny zachód od centrum Paryża. Mają tu siedziby największe korporacje, centra finansowe i handlowe. Najbardziej charakterystycznym budynkiem jest tu La Grande Arche. Zamyka on Esplanadę Generała De Gaulle'a. W jednej perspektywie z tym nowatorskim gmachem, przypominającym puste w środku sześcienne pudełko, stoją Łuk Triumfalny i dalej, u wylotu Pól Elizejskich, przy placu Concorde, egipski obelisk przywieziony do Paryża przez Napoleona. Jest to popularna trasa spacerowa, która zajmuje nie więcej niż godzinę. Wprawdzie Pola Elizejskie straciły trochę uroku odkąd powstało tu sporo restauracji w stylu amerykańskim, ale nadal jest to miejsce warte zwiedzenia. Szczególnie pięknie jest tu w okresie świątecznym, gdy wszystkie drzewa mienią się różnokolorowymi lampkami.


BE&W

Niedawno powstał pomysł zamknięcia Pól Elizejskich dla ruchu kołowego i wykopania pod nimi tunelu. Czy jednak dojdzie do jego realizacji, nie wiadomo. U wylotu placu Concorde znajduje się wejście do Ogrodu Tuileries, a tuż za nim rozciąga się Luwr (Louvre, przystanek metra – Palais-Royal). To nie tylko jedna z największych kolekcji muzealnych, ale także największy na świecie pałac królewski. Przy wejściu otrzymujemy plan kolekcji – dzięki niemu bez problemu trafimy do interesujących nas zbiorów. Do najsłynniejszych eksponatów – Wenus z Milo czy Mona Lisy – zwiedzających prowadzą strzałki. Nie należy liczyć, że Muzeum Luwru zwiedzimy za pierwszym podejściem – długość wszystkich korytarzy wynosi 32 kilometry. Najbardziej dyskusyjne w Luwrze jest jego nowe wejście – szklana piramida projektu I.M.Pei oddana do użytku w 1988 r. Zresztą, cały Paryż jest pełen kontrastów – zabytkowe budowle na każdym kroku sąsiadują z nowoczesnymi.

Nad rzeką i na wyspach

Po drugiej stronie Sekwany znajduje się Muzeum d´Orsay. W budynku tym do początku XX w. znajdował się dworzec kolejowy. Ponieważ zajmował sporą przestrzeń i był dobrze oświetlony, wybrano go na siedzibę Muzeum Impresjonizmu. W przeciwieństwie do Luwru nie będziemy się tu czuli zagubieni i przytłoczeni ogromem eksponatów, choć trzeba przyznać, że jest ich sporo. Zaletą tego miejsca są także liczne wystawy tematyczne i prezentacje unikalnych kolekcji z całego świata. Jeśli będziemy mieli szczęście, to jedną z nich zobaczymy przy okazji naszego pobytu w Paryżu. Kilometr dalej, na wschód od d´Orsay, na Sekwanie, rozciąga się kolebka Paryża – wyspa Ile de la Cité. W IV w. n.e. wzniesiono tu siedzibę rzymskiego namiestnika Galii, którą następnie przekształcono w pałac królewski Merowingów. Najstarszymi, istniejącymi do dziś, zabytkami są tu dwie wieże – Wieża Gadułów (zeznania wymuszano tu torturami) i Wieża Zegarowa z XIV w., które są pozostałościami twierdzy więzienia Conciergerie. Swe ostatnie dni spędziła tu królowa Maria Antonina, a po niej Danton i Robespierre. Zabytkowe, wąskie uliczki pozwalają wyobrazić sobie, jak wyglą-

KLM KRÓLEWSKIE HOLENDERSKIE LINIE LOTNICZE
Uczestnicy programu Idea Profit i ich rodziny mogą korzystać z 5% zniżki na bilety lotnicze.
Warszawa – Lotnisko Okęcie, ul. Żwirki i Wigury 1, tel.: (22) 622 80 00

BLU SKY TRAVEL
Poznań, ul. Roosvelta 2, tel.: (61) 841 09 00

DEXTOUR
Wrocław, ul. Piłsudskiego 64/66, tel.: (71) 372 51 67

HERTZ
Centralne biuro rezerwacji
Od 25% zniżki na wynajem samochodów w 150 krajach świata.
Infolinia: + 48 502 143789, 0-800 143789

dało miasto przed przebudową za czasów Barona Haussmanna. Nad wszystkimi budowlami góruje wspaniała gotycka katedra Notre-Dame. Sąsiednia wyspa, Ile St-Louis, przez wiele lat nie była zamieszkana. Jednak w XIX w. przeprowadziło się tu wielu znanych artystów, m.in. Rilke, Baudelaire, Mickiewicz. Pamiątki po polskim wieszczu można zobaczyć w muzeum jego imienia, przy Bibilotece Polskiej (Quais d´Orleans 6).

Wzdłuż Sekwany ciągną się pasaże dla pieszych. Warto tu zajrzeć, by zobaczyć inne oblicze Paryża. Przy brzegu rzeki cumuje bowiem wiele barek mieszkalnych – niektóre z nich są bardzo drogie, bogato wykończone, a nawet zabytkowe. Zamieszkują na nich artyści, biznesmeni, a także pełen przekrój oryginalnych i niezwykłych obywateli świata.


BE&W

Na południowym brzegu Sekwany rozciąga się Dzielnica Łacińska z Sorboną, Instytutem Świata Arabskiego oraz innymi uczelniami po jednej stronie Bulwaru St. Michel i Pałacem Luxemburskim po drugiej. Nie należy tego miejsca zwiedzać chodząc głównymi ulicami. Przy bocznych uliczkach znajdziemy całą masę barów, restauracji, w których gra się przede wszystkim jazz. Ich bywalcami są głównie ludzie młodzi – studenci, licealiści. Nie obowiązują tu krawaty, ale też nie są niemile widziane.

Chwila zadumy, chwila uciechy

Znakomitym miejscem do odpoczynku jest Ogród Luksemburski. Nieco dalej na południe znajduje się, sąsiadujący z miasteczkiem uniwersyteckim, Park Montsouris. Wstęp do nich jest bezpłatny. Podobnie zresztą, jak na cmentarze. Najbardziej znanym jest Pére-Lachaise. Przy wejściu warto poprosić o mapkę. Znacznie ułatwi ona odnalezienie tych miejsc, które chcemy odwiedzić. Spoczywają tu takie sławy jak Molier, Prust, Balzak, Hugo, Chopin, Rossini, a także Jim Morrison. Jego grób wyróżnia się spośród innych szczególnie w rocznicę śmierci Jima. Prawie zawsze można na nim znaleźć butelki whisky. Zostawiają je swemu idolowi wierni fani.

Godny odwiedzenia jest także cmentarz Montmartre w XVIII dzielnicy. Leżą tu m.in. Stendhal, Zola, Degas, Offenbach. Po sąsiedzku mieści się zaś Muzeum Edith Piaf, a nieco dalej, przy Bulwarze Clichy, Muzeum Erotyzmu. Nie powinno to nikogo dziwić, ponieważ od słynnego Placu Pigalle dzieli je zaledwie kilkaset metrów. Dziś nie jest to już paryskie centrum lekkich obyczajów. Panie, uprawiające najstarszy zawód świata, przeniosły się do Lasku Bulońskiego. Okolice Placu Pigalle są dziś miejscem „podkasanej" rozrywki. W słynnym kabarecie Moulin Rouge nadal można obejrzeć występy znakomicie wyszkolonych tancerek, a przy okazji dobrze zjeść. Obok tego lokalu znajduje się modna, kilkupoziomowa dyskoteka Lokomotywa. W kilkunastu salach będziemy bawić się przy różnego rodzaju muzyce, a zmęczeni tańcem odpoczniemy w zacisznych kącikach przy piwie. Właściciele lokalu dbają o to, by nie zanudzić swych stałych gości i co pewien czas organizują wieczory tematyczne lub koncerty. Będąc w tej okolicy koniecznie trzeba także zobaczyć słynną Bazylikę Sacré Coeur, z której rozciąga się wspaniała panorama Paryża.

W ostatnim czasie modnym miejscem wieczornych spotkań są okolice Placu Bastylii. Wystarczy wejść w dowolną uliczkę odchodzącą od placu, by co kilkanaście metrów znaleźć ciekawy bar. W wielu z nich można potańczyć, jednak większość gości zatrzymuje się tylko na piwo lub drinka i idzie do następnego baru. Jednym z ciekawszych miejsc w okolicy jest Klub Chiński. Na kilku poziomach można tu przetestować przeróżne koktajle, tradycyjne potrawy, albo pograć na przykład w szachy lub warcaby. Atmosfera jest naprawdę znakomita. Warto jednak pamiętać, że na jeden wieczór trzeba przeznaczyć co najmniej 500 franków. Jak we wszystkich miastach, tak i w Paryżu są miejsca, których należy unikać. W centrum jest stosunkowo bezpiecznie, spaceruje wielu policjantów. Mniej bezpiecznie jest w północnych dzielnicach, szczególnie wokół dworców kolejowych. Podobnie sytuacja wygląda w niektórych miejscowościach na peryferiach miasta.

Drogo i całkiem tanio

Na zakupy można się wybrać do, opisywanego przez Zolę, dziewiętnastowiecznego Beaumarchais, Au Pritemps lub Galerii Lafayette (stacja metra Havre-Caumartin). Ten ostatni dom handlowy szczyci się wystrojem w stylu Art Nouveau. Należy jednak pamiętać, że nie robi się tu tanich zakupów. Sklepy markowe zlokalizowane są wzdłuż Bulwaru Haussmanna. Miejscem, które znają wszyscy modnisie, jest Rue du Faubourg St. Honore. Tu, w sąsiedztwie Pałacu Elizejskiego, znajdują się butiki najbardziej znanych projektantów mody. Niewielu Polaków stać będzie na zrobienie tu zakupów (ceny sięgają niekiedy kilkunastu tysięcy dolarów), ale sporo ich tu przychodzi, bo po sąsiedzku mieści się... polski kościół. Aby wydać mniej pieniędzy, trzeba wybrać w okolice dworca Gare St. Lazare. Francuzi oszczędzają gotówkę kupując książkę „Paryż niedrogo", w której pod wybranym hasłem znajdują się adresy sklepów oferujących markowe produkty po niższych cenach (czasem nawet o 30-40%). Tańsze zakupy można też zrobić na obrzeżach Paryża, gdzie mieszczą się supermarkety dużych firm. ■

Po Paryżu Krzysztofa Micha oprowadzał mieszkający w Stolicy Świata Artur Strychalski.

Partnerzy roamingowi Idei we Francji:

Bouygues Telecom GSM 180
Orange GSM 900/1800
SFR GSM 900/1800

Wszystko zaczęło się w Zatoce Sydney. Tam, w 1989 r., Ian Kiernan, australijski biznesmen i żeglarz zainicjował akcję sprzątania, bliskiego mu, zakątka świata. Cztery lata później, akcja „Clean Up Australia" przekształciła się w ogólnoświatową kampanię „Clean Up The World", nad którą patronat objęła Organizacja Narodów Zjednoczonych. O „Sprzątaniu świata" w Polsce opowiada Mira Stanisławska-Meysztowicz, organizatorka akcji w Polsce i założycielka Fundacji „Nasza Ziemia".

Sprzątanie świata


BE&W

PROFIL: Osiem lat temu, w 1994 r., po raz pierwszy zorganizowała Pani „Clean Up The World" w Polsce. Co skłoniło Panią do podjęcia tego wyzwania? Jakie były początki akcji „Sprzątanie świata"?

MIRA STANISŁAWSKA-MEYSZTOWICZ: Od początku idea sprzątania świata, propagowana przez Iana Kiernana, budziła mój entuzjazm. Z roku na rok rosła liczba państw, które przyłączały się do akcji – dziś bierze w niej udział ponad 130 krajów. Pragnęłam, żeby Polska również uczestniczyła w tej ogólnoświatowej kampanii. Na początku, z pomysłem zorganizowania akcji „Sprzątanie świata" w kraju, zwróciłam się do Ministerstwa Ochrony Środowiska, a potem do innych instytucji, ale wciąż napotykałam niewiarę w możliwość zorganizowania takiego przedsięwzięcia. Tak to już jest, że nowe pomysły budzą na początku wiele wątpliwości. Wtedy zrozumiałam, że jeżeli „Sprzątanie świata" ma się w Polsce odbyć, sama muszę zająć się jego organizacją. Oczywiście początki były trudne. Nie miałam biura, pieniędzy, musiałam zdobyć sponsorów i nawiązać współpracę z mediami. Ale należę do osób, które nie boją się wyzwań. Kiedy ludzie widzą przede wszystkim piętrzące się problemy, ja szukam sposobu ich rozwiązania. Skupiam się nad realizacją swoich planów – wytyczam cel i dążę do niego. Mam optymistyczne nastawienie do życia i staram się zachęcić innych ludzi do działania. To chyba połowa mojego sukcesu.

P: W pierwszej akcji uczestniczyło ponad milion Polaków. To niebagatelna liczba. Świadczy o tym, że od początku akcja wzbudziła duże zainteresowanie.

M. S-M.: Myślę, że ludzie byli gotowi, potrzebny był jedynie impuls, który pobudzi ich do działania. W wielu regionach Polski prowadzone były już wcześniej działania o podobnym charakterze, ale na skalę lokalną. Brakowało natomiast akcji o zasięgu ogólnokrajowym. Akcji spektakularnej, która stałaby się okazją do mówienia o problemie ochrony środowiska. Dlatego powodzenie pierwszej akcji było tak ważne i dlatego od początku tak istotna była współpraca z mediami. „Sprzątanie świata" nie ogranicza się do zbierania papierków. Poprzez akcję chcemy zmienić świadomość ludzi. Uzmysłowić im, że ich codzienne decyzje wpływają na stan środowiska. Chciałabym, żeby ludzie poczuli się gospodarzami tego skrawka ziemi, na którym przyszło im żyć. Żeby zaczęli traktować przyrodę jak partnera.

P: Zorganizowanie akcji o krajowym zasięgu to potężne przedsięwzięcie logistyczne.

M. S-M.: „Sprzątanie świata" to ogólnoświatowa kampania, dzięki której miliony ludzi w różnych krajach łączy wspólna, ekologiczna myśl. Jest dobrowolna i to jest w niej wspaniałe. Fundacja „Nasza Ziemia" inspiruje ludzi, podpowiada, jakie należy podjąć działania, aby zorganizować akcję. Dajemy narzędzie, ale to samorządy lokalne, szkoły, organizacje społeczne i firmy zajmują się realizacją „Sprzątania" na własnym terenie. Jestem przekonana, że gdyby akcja była narzucona odgórnie, nie przyniosłaby takiego efektu.

P: Upłynęło już osiem lat od pierwszego „Sprzątania". Czy z perspektywy czasu zauważa Pani różnice pomiędzy pierwszą akcją, a tą przeprowadzoną kilka tygodni temu?

M. S-M.: Wiele się zmieniło przez te lata. Najlepiej oddają to ankiety, przesyłane przez lokalne komitety do Fundacji. W zeszłym roku aż połowa z tych raportów donosiła, że śmieci były od razu segregowane. Na początku akcji ludzie nie zdawali sobie sprawy z konieczności przeprowadzania tego typu działań. W wielu miejscowościach akcja nie kończy się na sprzątaniu śmieci. Ludzie zagospodarowują tereny po dzikich wysypiskach, sadzą drzewa. Społeczeństwo się przebudziło. Od trzech lat w akcję włączają się różne firmy. Ich pracownicy przychodzą z całymi rodzinami i wspólnie biorą udział w „Sprzątaniu świata". Z roku na rok rośnie zapał, zaangażowanie dzieci i młodzieży, ale także coraz więcej dorosłych odczuwa potrzebę troski o środowisko naturalne.

P: Sceptycy uważają, że „Sprzątanie świata" to jedynie przenoszenie śmieci z jednego miejsca w drugie, podczas gdy zasadniczy problem, zagospodarowania zużytych opakowań, pozostaje nierozwiązany.

M. S-M.: Oczywiście lasy i parki to nie wysypiska śmieci, jednak ich uprzątanie to tylko fragment problemu. Potrzebne są przepisy i ustawy, regulujące kwestie ekologiczne, ale o stanie środowiska rozstrzygają nasze codzienne decyzje. Podczas akcji staramy się nakłonić ludzi do zmiany stylu życia na bardziej przyjazny Ziemi. Bądźmy mądrymi konsumentami! Kupujmy rzeczy w opakowaniach zwrotnych lub nadających się do przetworzenia (recyklingu). Segregujmy śmieci, bo w nich są cenne surowce wtórne. Czasem zamiast jechać samochodem – przejdźmy się lub pojedźmy tramwajem. Oszczędnie korzystajmy z wody i energii. Nie posprzątamy świata w jeden weekend, to oczywiste. Ale dzięki akcji „Sprzątanie świata", możemy propagować w społeczeństwie dbałość o środowisko na co dzień.

P: Akcja „Sprzątania świata" cieszy się dużym zainteresowaniem, ale jednocześnie budzi pewne kontrowersje. Niektórzy uważają, że to wyręczanie służb komunalnych, innych oburza fakt, że dzieci i młodzież sprzątają po dorosłych.

M. S-M.: Oczywiście, że akcja nie służy wyręczaniu służb komunalnych. Nikt nie zdejmie z nich obowiązku utrzymywania w czystości terenów publicznych – takie jest ich zadanie i w ten sposób one zarabiają. Natomiast śmieci nie podrzucają nam Marsjanie. Wszyscy je produkujemy i wszyscy jesteśmy za nie odpowiedzialni – także finansowo. Kampania „Sprzątanie świata" to lekcja ekologii, lekcja szacunku do przyrody, skierowana do wszystkich. Dzięki niej, młodzi ludzie uczą się troski i dbałości o środowisko. Dziecko, które choć raz wzięło udział w „Sprzątaniu" na pewno zastanowi się, zanim wyrzuci papierek. „Sprzątanie świata" to także lekcja wychowania obywatelskiego. Robiąc coś wspólnie, dla całej społeczności, stajemy się innymi, bardziej odpowiedzialnymi ludźmi.

P: A z jakim przyjęciem spotkała się akcja w środowisku ekologicznym w Polsce?

M. S-M.: Na początku moja postawa budziła zdziwienie. Nie chciałam walczyć z przemysłem, urzędami czy władzami samorządowymi. Chciałam z nimi rozmawiać. Myślę, że tylko w ten sposób uda nam się coś zmienić. Ja wszystko sprowadzam do relacji osobistych i uważam, że z każdym można się porozumieć. Łatwo jest powiedzieć „nie", trudniej jest dojść do rozwiązania, które zadowoli każdą stronę. Wierzę w rozmowę i działanie. Nie staram się konkurować z innymi organizacjami ekologicznymi. Cieszę się, że istnieją inne fundacje i instytucje, które działają na rzecz ochrony środowiska. Mamy różne pomysły, jak dotrzeć do celu, ale cel jest wspólny.

P: Powstała w 1994 r. Fundacja „Nasza Ziemia", miała zająć się realizowaniem „Sprzątania" w Polsce, ale dziś podejmuje także inne działania.

M. S-M.: Wciąż podejmujemy nowe wyzwania. Jeździmy po całej Polsce i organizujemy prelekcje, seminaria, ogłaszamy w szkołach konkursy o tematyce ekologicznej, podejmujemy działania lokalne, na przykład program edukacyjny „Czysta Gmina". W tym roku Fundacja Nasza Ziemia zainspirowała i wspierała przygotowania do pierwszej akcji „Clean Up The World" na Ukrainie. Jednocześnie musimy zadbać o finansowanie naszych projektów, bo jesteśmy organizacją społeczną i nie mamy własnych źródeł dochodów. Środki otrzymujemy od firm-sponsorów oraz z funduszy publicznych i prywatnych wspierających inicjatywy społeczne i ekologiczne. Oczekujemy, od współpracujących z nami firm, dbałości o środowisko – nie możemy być listkiem figowym dla trucicieli. Zachęcamy także wszystkie firmy do organizowania dobrowolnego udziału pracowników w akcji „Sprzątanie świata".



PTK Centertel wspiera działania na rzecz ochrony środowiska naturalnego

PTK Centertel, operator sieci Idea przykłada szczególną wagę do ochrony środowiska naturalnego, zarówno w zakresie prowadzonych inwestycji, funkcjonowania biura, jak i sponsorowania ciekawych oraz pożytecznych inicjatyw. Poprzez działania sponsoringowe, skierowane do określonych grup docelowych, promujemy postawy przyjazne Ziemi. We wrześniu br. PTK Centertel, w ramach współpracy z Fundacją ,,Nasza Ziemia'', sponsorował kampanię reklamy zewnętrznej akcji ,,Sprzątanie Świata''. Sieć Idea sponsorowała wydanie wielkoformatowych plakatów informujących o ,,Sprzątaniu świata'', które wykorzystywały grafikę podarowaną akcji przez Rafała Olbińskiego. Nośniki zostały udostępnione nieodpłatnie przez ich właścicieli. W sumie, akcja objęła 307 nośników billboardowych. Dzięki nim, akcja ,,Sprzątanie świata'' była widoczna i dotarła do większej liczby osób. Idea wspiera inicjatywy, których celem jest promowanie ochrony środowiska naturalnego, m.in.:

- Konkurs Bezpieczeństwa Pracy, organizowany przez Centralny Instytut Ochrony Pracy, do którego zgłaszane są również tematy z dziedziny ochrony środowiska,
- polską edycję akcji ,,Sprzątanie Świata'',
- Światowy Dzień Ochrony Środowiska,
- Niedawno zakończoną akcję ,,Idea dla Ziemi'', która odbywała się pod hasłem ochrony parków narodowych.

P: Swoją pasją zaraża Pani innych ludzi.

M. S-M.: Mówię to, co czuję i chyba dlatego jestem wiarygodna. Cieszę się, że mam szansę robić w życiu coś ważnego i poznawać wielu wspaniałych ludzi, podczas moich wizyt w najdalszych zakątkach kraju. Spotykam tam osoby prawdziwie zaangażowane w pracę na rzecz Ziemi. Podziwiam ich – inspirują mnie, dodają sił do dalszych działań. Niektórzy ludzie uważają, że moje poglądy są zbyt radykalne. Niedawno poszłam ze znajomymi na zakupy do supermarketu i znalazłam tam... sklep zoologiczny. Obok proszku do prania można kupić zwierzę! Dlaczego ludzie uzurpują sobie prawo do zniewalania innych istot? Uczymy dzieci złej miłości do przyrody, traktując zwierzęta jak rzecz, produkt do nabycia. Chciałabym to zmienić. Dlatego zaczęłam teraz pisać opowiadania dla dzieci. Mam nadzieję, że poprzez nie nauczę dzieci, jakim nieocenionym dobrem jest dla nas przyroda. Chciałbym, żeby ludzie pokochali otaczający nas świat. Tak zwyczajnie, na co dzień. Żeby dbali o ten kawałek ziemi, na którym żyją. Kiedy kochamy, stajemy się lepszymi ludźmi.

Rozmawiała Agnieszka Guzek

Małe miseczki, ozdobne talerze, a w nich tradycyjne potrawy. Nieduże porcje. Niezwykle delikatne i aromatyczne. W kraju kwitnącej wiśni wyrafinowany smak potraw harmonizuje z subtelną elegancją ich podania.

W harmonii z naturą

Agnieszka Guzek



BE&W

Potrawy z japońskiego stołu zachowują smak poszczególnych składników. Dania przyrządza się w prosty sposób. Nawet przypraw używa się oszczędnie i dodaje zwykle pod koniec gotowania. To kuchnia bardzo zdrowa. Uboga w cholesterol i tłuszcz. Podstawowymi składnikami diety są ryby oraz warzywa. Mięso do japońskiego menu trafiło dopiero sto lat temu i nadal spożywa się je w niewielkich ilościach. Na co dzień, w japońskich kuchniach, przyrządza się potrawy z ryb.

Kulinarną wizytówką Japonii jest sushi – pasek surowej ryby, podawany z kulką ryżu, przyprawioną octem oraz rozmaitymi dodatkami. Innym popularnym daniem jest Sashimi. Również kawałek surowej ryby, której towarzyszy bardzo ostry, zielony chrzan. Zdarza się, że japońscy smakosze jadają surowe kawałki ryb, maczając je tylko w sosie sojowym, wymieszanym z przyprawami – pietruszką, imbirem, czosnkiem.

Nieodzownym dodatkiem dań jest oczywiście ryż, ale w kuchni japońskiej znaczące miejsce zajmują także kiszone, gotowane lub surowe warzywa – rzodkiew, szpinak, słodkie ziemniaki, pory i kiełki sojowe. Rarytasem są suszone wodorosty i kwiaty, na przykład gotowane chryzantemy.

Japończycy są bardzo przywiązani do swoich tradycji kulinarnych. Nie oznacza to jednak, że ich kuchnia nie poddała się obcym wpływom. Powszechnie spożywane tofu, przywędrowało do Japonii z Chin. Legenda głosi, że autorem przepisu na ów ser był alchemik Liu An, który pragnął z soi otrzymać złoto. Starożytny mistrz czarnej magii poddawał soję rozmaitym zabiegom, lecz zamiast szlachetnego kruszcu stworzył przepis na tofu. Ten niezwykle smaczny ser, bardzo szybko zdobył uznanie i rozpowszechnił się na całą południowo-wschodnią Azję. Tofu przygotowuje się z rozdrobnionych i ugotowanych w wodzie ziaren soi, które następnie trzeba odfiltrować. W ten sposób powstaje mleko sojowe, do którego należy dodać ocet lub sok z cytryny. Pod wpływem działania koagulantu mleko ścina się i tak powstaje słynny twaróg. Soja jest w Japonii niemal tak popularna jak ryż. Obok sera tofu, przyrządza się z niej rozmaite dania, na przykład zupę Miso. Przygotowuje się ją ze specjalnej pasty, otrzymanej ze sfermentowanej soi.



BE&W

Ulubionym napojem Japończyków jest zielona herbata. Istnieje wiele gatunków japońskiej herbaty (np. Gyokuro, Hojicha, Kukicha, Sencha, Bancha), jednak sposób ich produkcji jest zbliżony. Świeżo zerwane liście herbaciane zostawia się do przeschnięcia i poddaje obróbce cieplnej. W ten sposób zatrzymuje się proces fermentacji, jednocześnie utrwalając zapach i smak. W Japonii liście poddawane są działaniu pary, dzięki czemu zyskują delikatność i miękkość. Po ochłodzeniu, wielokrotnie się je zwija i suszy, tak żeby odparowała cała woda.

Najszlachetniejszym gatunkiem zielonej herbaty jest Gyokuro (krople rosy). Przypomina wyglądem ciemnozielone igły, a żółtozielony napar ma słodki i łagodny smak. Gyokuro podaje się na specjalne okazje. Jest bardzo droga, ponieważ wysokie są koszty jej produkcji. Na trzy tygodnie przed zbiorami, całe herbaciane plantacje zostają przykryte bambusowymi, słomianymi lub trzcinowymi matami. Chronione przed słońcem listki herbaty są ciemniejsze, gdyż zawierają duże ilości chlorofilu. Do produkcji Gyokuro zbiera się tylko najświeższe listki z góry herbacianego krzewu.

MAKIZUSHI

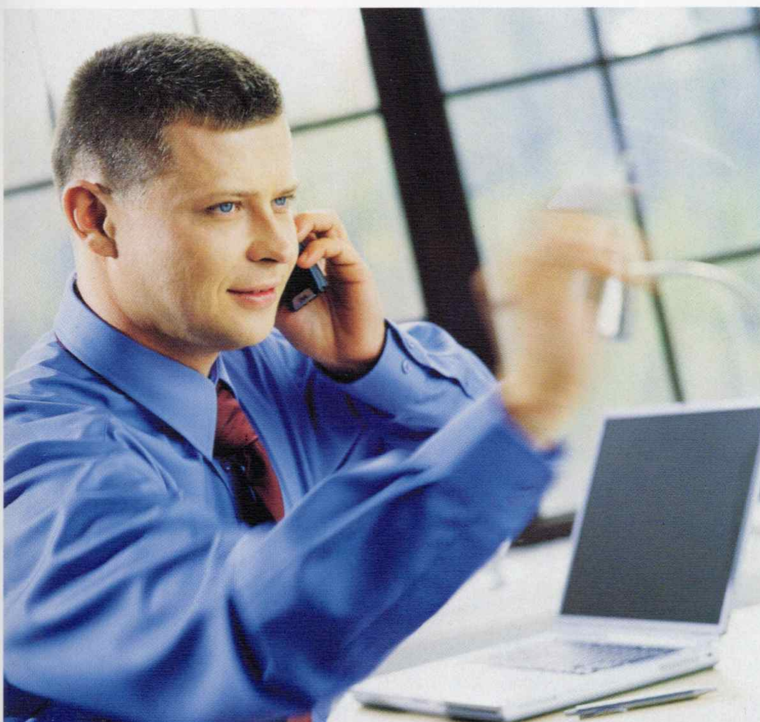
Składniki na 4 porcje:
2 1/2 szklanki ryżu o krótkich ziarnach
1 kawałek suszonych wodorostów knobu
2 3/4 szklanki wody
2 łyżki stołowe (30 ml) sake
5 łyżek stołowych (75 ml) octu ryżowego
2 łyżki stołowe cukru
2 łyżeczki soli
Filety z surowej ryby (tuńczyk, sandacz, łosoś), krojone na plasterki o grubości od 3 mm do 1,3 cm
Świeży ogórek
Wodorosty prasowane nori
Chrzan japoński – wasabi
Plastry marynowanego imbiru

Ryż wsypać do dużej miski, zalać zimną wodą i zamieszać ręką, a następnie odcedzić na sicie. Przełożyć ryż do 3-litrowego garnka, zalać 2 3/4 szklankami wody, dodać sake i wodorosty knobu. Całość należy podgrzewać na średnim ogniu, pod przykryciem, aż do zagotowania. Od tego momentu należy gotować ryż jeszcze przez około 15 minut. Gdy ryż wchłonie całą wodę można go spulchnić mieszając drewnianą łyżką. W małej miseczce należy dokładnie rozmieszać ocet, cukier i sól. Tak przygotowaną mieszanką skropić ryż, który uprzednio należy przełożyć do dużej, płaskiej miski.

Rozłożyć bambusową matę i umieścić na niej prostokąt nori. Na rozłożony wodorost wyłożyć około 1/2 szklanki ugotowanego ryżu. Ręką rozprowadzić ryż, tak żeby powstała równa warstwa, a następnie posmarować na środku wasabi i ułożyć paski ogórka i ryby. Podnieść jedną krawędź maty i zawijać liść nori, formując wałek. Zwilżonym nożem należy go pociąć na 4 lub 6 kawałków. Makizushi układa się dekoracyjnie na tacy lub desce do sushi (geta), a obok ustawia się miseczkę z sosem sojowym i odrobiną chrzanu wasabi. Poszczególne kawałki sushi jada się maczając je w sosie sojowym, zagryzając płatami marynowanego imbiru.

INABA – restauracja japońska,
Warszawa, ul. Nowogrodzka 84/86, tel.: 622 59 55.

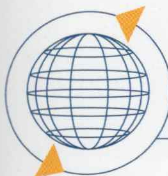
Grzegorz Krupa,
członek zarządu firmy Masterlink



oszczędzasz
80%

Zazwyczaj koszt połączeń komórkowych jest wysoki, ale dzięki usłudze **Biznes Grupa** dostępnej w Idei Meritum zaoszczędzisz do 80% kosztów rozmów pomiędzy pracownikami. Masz też pełną kontrolę sposobu wykorzystywania telefonu służbowego przez pracowników Twojej firmy.

Idea Meritum
stworzona dla ludzi biznesu



globalny
zasięg

www.idea.pl

Oferta Idea Meritum dostępna jest we wszystkich punktach sprzedaży sieci Idea.

Informacja Handlowa Idea Meritum: 0 801 100 501

Całkowity koszt połączenia stanowi równowartość jednego impulsu połączenia lokalnego w sieci TP S.A. odpowiednio dla obowiązującej taryfy TP S.A.

IDEA
MERITUM

Będziesz **zaskoczony**
roamingiem **Idei**
w Australii

Oraz w wielu innych miejscach na Ziemi. Wystarczy, że przed wyjazdem za granicę nie zapomnisz dokonać aktywacji roamingu w sieci Idea. Dzięki 194 umowom roamingowym zawartym z operatorami z ponad 90 krajów całego świata będziesz mógł nadal swobodnie korzystać ze swojego telefonu.

Sprawdź, które kraje objęte są roamingiem Idei: Albania, Andora, Argentyna, Australia, Austria, Azerbejdżan, Bahrajn, Bangladesz, Belgia, Białoruś, Bośnia i Hercegowina, Brazylia, Bułgaria, Chiny, Chorwacja, Cypr, Czechy, Dania, Egipt, Estonia, Filipiny, Finlandia, Francja, Gibraltar, Grecja, Gruzja, Hiszpania, Holandia, Hongkong, Indie, Indonezja, Irlandia, Islandia, Izrael, Jordania, Jugosławia - Czarnogóra, Jugosławia - Serbia, Kambodża, Kanada, Katar, Kazachstan, Kirgistan, Kuwejt, Liban, Liechtenstein, Litwa, Luksemburg, Łotwa, Macedonia, Makau, Malezja, Malta, Maroko, Mauritius, Mołdawia, Monako, Namibia, Niemcy, Norwegia, Nowa Zelandia, Palestyna, Peru, Portugalia, Rosja, RPA, Rumunia, Senegal, Seszele, Singapur, Słowacja, Słowenia, Sri Lanka, Stany Zjednoczone, Szwajcaria, Szwecja, Tajlandia, Tajwan, Tanzania, Tunezja, Turcja, Ukraina, Węgry, Wielka Brytania, Włochy, Wybrzeże Kości Słoniowej, wyspa Guernsey, wyspa Jersey, Wyspy Owcze, Zimbabwe, Zjednoczone Emiraty Arabskie.

IDEA
Ciągle nowe pomysły

www.idea.pl